

Rapport de gestion /

Le 8 août 2013

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 Limitée et de ses filiales pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2013. Ce rapport doit être lu parallèlement à nos états financiers consolidés audités et notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 ainsi qu'à nos états financiers résumés intermédiaires non audités et aux notes annexes pour la période close le 30 juin 2013. 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. Pour obtenir de plus amples renseignements, notamment notre notice annuelle, veuillez visiter le site de SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

Dans le présent rapport de gestion, les termes « nous », « notre/nos », la « Société », « Yellow Média » et « GPJ » désignent Yellow Média Limitée et ses filiales (notamment Financement YPG inc. [auparavant Yellow Média inc.], Groupe Pages Jaunes Corp., Mur à Mur Média inc. (Mur à Mur), YPG (USA) Holdings, Inc. et Yellow Pages Group, LLC, [ces deux derniers étant collectivement appelés YPG (États-Unis)]).

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.

L'information et les déclarations prospectives sont fondées sur un certain nombre d'hypothèses qui peuvent se révéler inexactes. Pour formuler certaines déclarations prospectives, nous avons supposé que nous réussirons à poursuivre la mise en œuvre de notre plan d'affaires, que nous serons en mesure d'attirer et de conserver du personnel clé afin d'occuper des postes clés, que nous serons en mesure de lancer, de vendre et de fournir de nouveaux produits et services, que nos produits et services seront en forte demande dans les secteurs dans lesquels nous les vendons, soit les secteurs des annuaires, des médias numériques et de la publicité, que la baisse des produits tirés des médias imprimés ne s'accroîtra pas au-delà de ce qui est actuellement prévu, que la croissance des produits numériques ne sera pas plus lente que ce qui est actuellement prévu, que nous serons en mesure d'acquiescer de nouveaux annonceurs au rythme prévu et que la conjoncture économique ne se détériorera pas au-delà des niveaux prévus. L'information et les déclarations prospectives sont également fondées sur l'hypothèse qu'aucun des facteurs de risque indiqués pouvant faire en sorte que les résultats réels diffèrent considérablement des résultats prévus décrits dans l'information et les déclarations prospectives ne se concrétisera.

Dans ce rapport de gestion, les déclarations prospectives se reconnaissent à l'usage de termes comme « chercher à », « prévoir », « croire », « pouvoir », « estimer », « s'attendre à », « objectif », « avoir l'intention de », « devoir », « planifier », « prédire », « s'efforcer de », « viser », et autres verbes ou expressions semblables, éventuellement employés au futur ou au conditionnel. Elles reflètent les attentes actuelles concernant des événements futurs et le rendement opérationnel à venir et valent uniquement à la date du présent rapport de gestion. Les déclarations prospectives traitent d'un grand nombre de risques et d'incertitudes; elles ne devraient pas être considérées comme des garanties des résultats ou du rendement futurs et n'indiquent pas nécessairement avec précision si ces résultats ou ce rendement seront atteints. Un certain nombre de facteurs pourraient faire différer considérablement les résultats ou le rendement réels de ceux indiqués dans les déclarations prospectives, y compris les facteurs mentionnés aux sections de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 intitulées « Une forte concurrence pourrait réduire la part du marché de la Société et avoir une incidence défavorable importante sur cette dernière, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Une diminution plus marquée que prévu des produits tirés des médias imprimés en raison de changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société d'améliorer et d'augmenter ses produits numériques et nouveaux médias pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent de l'exploitation, de financements par emprunts ou par actions ou de refinancements pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'importance de la dette de la Société pourrait nuire à ses efforts en vue de refinancer ou de réduire sa dette et avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'augmentation des cotisations versées par la Société à ses régimes de retraite pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société ou des partenaires Telco de remplir leurs obligations découlant des conventions conclues entre elles pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société de protéger correctement et de maintenir ses marques de produits et ses marques de commerce et la contrefaçon de ces dernières par des tiers pourraient avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail pourraient avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « La contestation par les autorités fiscales de la position de la Société relativement à certaines questions d'ordre fiscal pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats

opérationnels et sa situation financière », « La perte de relations clés ou des changements dans le niveau de service fourni par des portails Internet, des moteurs de recherche et des sites Web individuels pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « La défaillance des ordinateurs et des systèmes de communications de la Société pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « La Société pourrait devoir comptabiliser des charges pour dépréciation supplémentaires » de la rubrique « Risques et incertitudes ». D'autres risques et incertitudes dont la direction n'a pas actuellement connaissance ou qu'elle ne juge pas importants pour l'instant pourraient également avoir un effet défavorable important sur les activités, la situation financière ou la performance financière de la Société. Bien que les déclarations prospectives contenues dans le présent rapport de gestion soient fondées sur des hypothèses que la direction de la Société estime raisonnables, la Société ne peut garantir aux investisseurs que les résultats réels seront conformes aux déclarations prospectives et avise les lecteurs qu'il ne faut pas s'y fier indûment. Ces déclarations prospectives sont présentées à la date du présent rapport de gestion, et la Société ne s'engage aucunement à les mettre à jour ou à les réviser en fonction de nouveaux faits ou de nouvelles circonstances, sous réserve d'une obligation imposée par les lois sur les valeurs mobilières.

Définitions nécessaires à la compréhension de nos résultats

Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles, 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, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales). Le BAIIA n'est pas une mesure du rendement définie par les Normes internationales d'information financière (« IFRS ») et il n'est pas considéré comme un substitut du bénéfice opérationnel (de la perte opérationnelle) ou du bénéfice net (de la perte nette) 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, de l'impôt, des paiements d'intérêts, des dépenses d'investissement, des réductions du capital de la dette ainsi que d'autres rentrées et sorties de fonds, qui sont présentées à la page 15 de ce 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 de la performance financière. 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, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement.

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. Flux de trésorerie disponibles
5. Hypothèses critiques
6. Risques et incertitudes
7. Contrôles et procédures

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

Yellow Média est un chef de file en matière de médias et de solutions marketing qui offre ses services aux petites et aux moyennes entreprises (PME) partout au Canada. La Société offre aux entreprises des services personnalisés de consultation en marketing et donne accès à des produits de marketing, notamment à des solutions de moteur de recherche, à des sites Web ainsi qu'à des solutions Pages Jaunes en matière de médias imprimés, en ligne et mobiles. Les coordonnées d'entreprise locale de nos annonceurs sont publiées, commercialisées et distribuées au moyen de propriétés détenues ou exploitées et au moyen d'autres réseaux de recherche locale. Grâce à Mediative, Yellow Média est aussi un chef de file au pays dans le domaine de la publicité numérique. Pour consulter l'information sur nos activités, notre mission, notre stratégie et notre capacité à produire des résultats, se reporter aux sections correspondantes du rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012.

2. Résultats /

Cette section présente un aperçu de notre performance financière pour le deuxième trimestre de 2013 par rapport à la période correspondante de 2012. Il convient de noter qu'afin d'aider les investisseurs à mieux comprendre notre rendement, nous avons recouru 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 43,3 M\$, ou 15,1 %, par rapport au deuxième trimestre de 2012, pour s'établir à 243,2 M\$. Si l'on exclut les résultats de Canpages, les produits ont diminué de 11,2 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.
- Le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) a diminué de 37,7 M\$, ou 26 %, par rapport au deuxième trimestre de 2012, pour s'établir à 107,2 M\$. Si l'on exclut les résultats de Canpages, le BAIIA a diminué de 22,3 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

Faits saillants

(en milliers de dollars canadiens, sauf les montants par action)

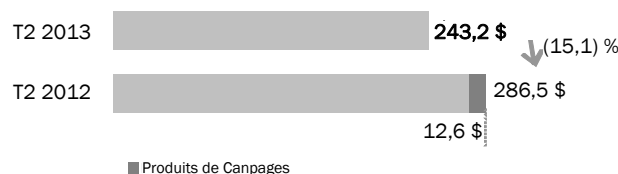
	Trimestres clos les 30 juin	
	2013	2012
Produits	243 183 \$	286 484 \$
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	107 234 \$	144 939 \$
Bénéfice net	50 326 \$	65 681 \$
Bénéfice de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ¹	1,81 \$	2,15 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	86 457 \$	104 777 \$
Flux de trésorerie disponibles ²	68 463 \$	96 232 \$

¹ Dans le cadre de la clôture de l'opération de restructuration du capital le 20 décembre 2012, les actions ordinaires de Financement YPG inc. ont été échangées contre de nouvelles actions ordinaires de Yellow Média Limitée aux termes du plan d'arrangement qui prévoyait la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital. Par conséquent, le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation pour la période précédente a été ajusté pour tenir compte de la restructuration du capital.

² Se reporter à la section 4 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles.

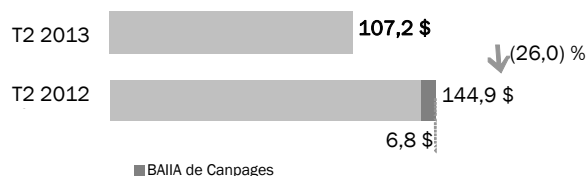
Produits

(en millions de dollars)



BAIIA

(en millions de dollars)



Rendement par rapport à la stratégie de l'entreprise

La bonne valeur – mettre à la disposition de nos annonceurs des conseillers avisés qui leur fourniront des programmes de marketing offrant une valeur supérieure

La Solution 360° Pages Jaunes est la plus grande gamme complète de solutions marketing et de médias numériques et traditionnels au Canada. Grâce à une équipe d'experts en marketing chevronnés et à la présence nationale de la Société, la Solution 360° Pages Jaunes aide les annonceurs canadiens à générer de bonnes occasions d'affaires qui leur permettront de gérer et d'élargir leurs activités.

En offrant une visibilité dans tous les médias détenus et exploités, ainsi qu'en donnant accès à divers produits et services numériques, la Solution 360° Pages Jaunes aide les annonceurs à atteindre les objectifs de marketing de performance suivants :



- Stimuler les ventes, en aidant les annonceurs à générer des occasions d'affaires qualifiées grâce à un positionnement prioritaire en ligne, à un positionnement prioritaire mobile et à une publicité imprimée dans tout le réseau de médias de GPJ;
- Miser sur le numérique, en aidant les annonceurs à assurer une présence numérique grâce à des sites Web, à des profils d'entreprises virtuels dans le réseau de médias numériques de GPJ et ceux de ses partenaires, ainsi que sur vidéo; et
- Augmenter leur portée en ligne, en aidant les annonceurs à accentuer leur visibilité sur les moteurs de recherche populaires grâce à des investissements dans l'optimisation pour moteurs de recherche (OMR) et le marketing par moteur de recherche (MMR).

Au 30 juin 2013, la pénétration de la Solution 360° Pages Jaunes, que nous définissons comme l'achat d'au moins trois catégories de produits, a augmenté pour s'établir à 21,1 % au sein de notre clientèle d'annonceurs, comparativement à 11,2 % à la fin de la période correspondante de l'exercice précédent.

La diminution du taux de pénétration chez les annonceurs dans les médias numériques détenus et exploités reflète la perte d'annonceurs qui achètent des produits en ligne, puisque nous faisons migrer ces annonceurs des produits traditionnels Annuaire unique à d'autres produits numériques. Le positionnement prioritaire en ligne présente toujours le plus haut taux de pénétration parmi les produits et services numériques de la Société. Le taux de pénétration du positionnement prioritaire en ligne a augmenté pour s'établir à 40 % au 30 juin 2013, comparativement à 28 % en 2012. Cette augmentation est attribuable à la mise en œuvre réussie de notre stratégie de vente Solution 360° Pages Jaunes ainsi qu'à la capacité des produits de positionnement prioritaire en ligne à générer de bonnes occasions d'affaires pour les annonceurs. Au deuxième trimestre de 2013, le réseau de sites de GPJ a atteint 8,7 millions de visiteurs uniques non dupliqués, soit 31 % de la population en ligne au Canada.

Les services numériques et le placement prioritaire mobile sont les composantes de la Solution 360° Pages Jaunes qui connaissent la croissance la plus rapide. Le taux de pénétration du positionnement prioritaire mobile chez les annonceurs a augmenté pour s'établir à 10 % au 30 juin 2013, comparativement à 5 % en 2012. Le taux de pénétration des services numériques chez les annonceurs, qui incluent les sites Web, le MMR et l'OMR, a également augmenté, passant de 5 % à 8 %. L'augmentation du taux de pénétration de ces produits chez les annonceurs est attribuable au succès des ventes de la Solution 360° Pages Jaunes ainsi qu'au lancement de nouveaux produits mobiles et numériques de première qualité en 2012.

Taux de pénétration chez les annonceurs¹

	Aux 30 juin	
	2013	2012
Médias imprimés	93 %	95 %
Médias numériques détenus et exploités^{2, 3}	60 %	61 %
Placement en ligne	40 %	28 %
Placement mobile	10 %	5 %
Services numériques⁴	8 %	5 %

¹ Exclut Mediative, Canpages et Mur à Mur.

² Pourcentage des annonceurs de GPJ qui achètent au moins un produit de placement en ligne, de placement mobile, traditionnel, lié au contenu et/ou lié à la vidéo.

³ La diminution du taux de pénétration chez les annonceurs dans les médias numériques détenus et exploités reflète la perte d'annonceurs qui achètent des produits en ligne, puisque nous faisons migrer ces annonceurs des produits traditionnels Annuaire unique à d'autres produits numériques.

⁴ Pourcentage des annonceurs de GPJ qui achètent au moins un produit de gestion de sites Web, d'OMR et/ou de MMR.

Notre outil d'analyse du rendement Pages Jaunes Analytique fait toujours partie intégrante de la Solution 360° Pages Jaunes. Grâce à Pages Jaunes Analytique, les annonceurs peuvent surveiller le rendement du capital investi de leurs campagnes de marketing numérique et/ou traditionnel en temps réel, au moyen de statistiques comme les appels, les visites, les clics et les tendances en matière de trafic. Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a lancé une nouvelle plateforme Pages Jaunes Analytique qui offre une stabilité, une souplesse et une performance améliorées. Notre nouvelle plateforme interne établit les fondations qui permettront d'apporter d'autres améliorations, notamment une interface simplifiée pour l'utilisateur, des capacités d'analyse améliorées et de nouveaux outils et données pour mieux présenter le rendement du capital investi aux annonceurs. Afin de mieux promouvoir la valeur pour les annonceurs, GPJ encourage tous les conseillers médias à avoir accès à l'outil Pages Jaunes Analytique lorsqu'ils rencontrent des annonceurs existants ou potentiels. L'adoption de l'outil Pages Jaunes Analytique par les conseillers médias a augmenté pour s'établir à 97 % à la fin du deuxième trimestre de 2013, contre 86 % à la fin de 2012.

La diminution du nombre de nouveaux annonceurs continue d'avoir une incidence défavorable sur l'ensemble des produits. Au cours des douze derniers mois, GPJ a attiré environ 12 400 annonceurs, comparativement à environ 20 000 pour la période correspondante de l'exercice précédent. Afin d'attirer un plus grand nombre d'annonceurs de qualité et de protéger ses acquis, la Société a établi une stratégie d'acquisition ciblée au cours du deuxième trimestre de 2013.

La stratégie d'acquisition ciblée de la Société est centrée sur l'accroissement des annonceurs potentiels et des conversions grâce aux initiatives clés suivantes :

- **Entrée :** La Société a investi dans des campagnes de publicité traditionnelles et en ligne afin d'attirer l'attention des annonceurs sur les produits et services de GPJ et d'augmenter le trafic vers son site Web interentreprises Solution 360° Pages Jaunes (<http://www.pagesjaunessolution360.ca>). Un centre d'appels entrants a également été établi pour gérer les occasions entrantes provenant du site Web interentreprises Solution 360° Pages Jaunes.
- **Centre d'appels sortants :** un centre d'appels sortants a été créé pour cibler des annonceurs potentiels dont les dépenses sont plus limitées.
- **Réseau de vente directe :** le service à la clientèle pour les annonceurs dont les dépenses sont plus élevées est actuellement assuré par plus de 100 conseillers médias de vente directe spécialisés dans tout le Canada. Afin d'accroître le nombre de conversions et de visites liées aux comptes, les conseillers médias de vente directe ont commencé à travailler en équipe avec des préposés à la prise de rendez-vous, qui attribuent les comptes en fonction de la spécialisation de chaque conseiller médias.
- **Nouvelles gammes de produits :** la Société a récemment lancé deux nouveaux forfaits d'entrée de gamme qui visent à aider les annonceurs potentiels à acquérir une présence numérique. Ces forfaits incluent :
 - Le forfait Croissance affaires, qui fournit un profil virtuel, un produit de positionnement prioritaire en ligne, un produit de positionnement prioritaire mobile et une annonce avec illustration à un prix fixe; et
 - Les forfaits Accélérateurs, qui permettent aux annonceurs de choisir entre trois niveaux d'exposition numérique par l'intermédiaire de forfaits incluant un profil virtuel, un produit de positionnement prioritaire en ligne et un produit de positionnement prioritaire mobile.

La stratégie d'acquisition de la Société produit des résultats encourageants jusqu'à maintenant. Afin d'assurer l'amélioration continue des efforts de ventes et de marketing, la Société soutiendra les initiatives qui visent à acquérir des annonceurs en investissant dans la formation, la technologie et le développement de produits.

Les bons produits – offrir à nos annonceurs la gamme optimale de produits de marketing numérique en constante évolution

Afin de soutenir les efforts de rétention chez certains de ses plus gros clients, d'accroître la loyauté et d'optimiser la croissance des produits tirés de ces annonceurs, la Société a établi le programme PrioritéPlus au début de 2012. PrioritéPlus offre un service plus attentif et personnalisé en mettant à la disposition de ses annonceurs dont les dépenses sont élevées des équipes spécialisées de gestion des comptes, en leur fournissant une évaluation détaillée des besoins et des occasions associés aux comptes et en assurant l'efficacité de la mise en œuvre de leur stratégie de marketing traditionnel et numérique. Parallèlement à PrioritéPlus, la Société continue d'offrir aux grands annonceurs des produits de première qualité conçus pour optimiser leur présence dans les médias traditionnels et numériques.

Le déploiement de PrioritéPlus dans tout le Canada est maintenant terminé et le programme comprend environ 230 directeurs commerciaux et conseillers médias, comparativement à environ 30 directeurs et conseillers médias au 31 mars 2013. Les résultats jusqu'à maintenant demeurent positifs, puisque le nombre d'annonceurs qui reçoivent le service PrioritéPlus et qui ont acheté des produits haut-de-gamme continue d'augmenter.

Mediative – Mediative, une division de Groupe Pages Jaunes Corp., est l'une des principales entreprises de publicité par médias numériques en Amérique du Nord, offrant de l'affichage publicitaire de grande envergure, des solutions marketing de géolocalisation, des services de campagnes publicitaires numériques créatives et une gamme complète de services de performance à des agences et à des annonceurs nationaux. Mediative fournit des services de performance à plus de 60 entreprises à l'échelle mondiale et elle englobe plus de 500 propriétés en ligne par l'intermédiaire de 125 partenaires et de plus de 30 sites et applications sur son réseau mobile.

Au cours du deuxième trimestre de 2013, Mediative a lancé Mediative Places, une campagne de marketing géolocalisé évolutive complète qui permet aux spécialistes du marketing d'optimiser leur présence locale et de s'adresser aux consommateurs en déplacement en fonction de leurs besoins et de leur emplacement. Mediative Places offre aux spécialistes du marketing 1) un service d'OMR entièrement mis en œuvre afin d'assurer la visibilité de leurs sites Web lorsque les clients font une recherche locale, 2) une plateforme de gestion des médias sociaux afin de susciter au maximum l'intérêt des utilisateurs locaux et d'inciter les clients à aller voir de plus près l'emplacement des entreprises et 3) une stratégie de marketing hyperlocal qui cible les consommateurs équipés d'un appareil mobile dans un rayon de 100 mètres autour d'un lieu physique donné. Mediative offrant également l'une des fonctionnalités de géolocalisation les plus précises au Canada, les campagnes publicitaires des annonceurs sont actuellement personnalisées de manière à rejoindre les consommateurs en fonction de leur emplacement, de l'heure du jour, des conditions climatiques et/ou d'autres facteurs environnementaux.

La bonne exécution et la bonne expérience client – assurer une exécution sans faille des campagnes de marketing de nos annonceurs et offrir une expérience client globale supérieure

La Société continue de développer des outils et des technologies afin d'offrir aux annonceurs une meilleure exécution de leurs campagnes de marketing, un meilleur service à la clientèle et un rendement du capital investi plus élevé. Grâce aux nouveaux outils et technologies, nos équipes de ventes nationales bénéficieront d'information et de fonctionnalités améliorées qui leur permettront de mieux présenter, promouvoir et vendre le portefeuille de produits et services de GPJ.

Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a déployé l'outil de gestion des marchands en ligne afin de favoriser la présentation de données exactes et fiables aux annonceurs, aux utilisateurs et aux partenaires. L'outil de gestion des marchands en ligne attribuera un identifiant du marchand unique et stable à chaque entreprise au Canada, permettant ainsi aux annonceurs actuels et potentiels d'avoir accès à un contenu riche et exact au moyen d'un profil d'entreprise unique.

Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a également signé une entente avec Salesforce.com, le plus gros fournisseur de logiciels de gestion des relations avec la clientèle au monde. Salesforce.com deviendra le nouveau système de gestion des relations avec la clientèle de la Société et il fournira les bases requises pour développer des outils de vente et des systèmes de soutien technique en vue d'accroître l'efficacité et l'efficacité des ventes.

Le bon bassin de consommateurs – permettre à nos annonceurs de cibler et de rejoindre des consommateurs locaux pertinents

Le fait d'attirer le bon bassin de consommateurs est essentiel pour favoriser le succès de nos annonceurs. Nos médias en ligne, qui comprennent PagesJaunes.ca, Canada411.ca, RedFlagDeals.com et Canpages.ca, sont toujours considérés comme une source fiable de renseignements sur les entreprises locales par les consommateurs canadiens. Le réseau de sites de GPJ a atteint 8,7 millions de visiteurs uniques non dupliqués au deuxième trimestre de 2013, soit 31 % de la population en ligne au Canada.

L'amélioration continue du réseau de médias de GPJ est essentielle pour faire croître le bassin de consommateurs de produits numériques et susciter son intérêt. Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a développé un nouvel algorithme de recherche conçu pour optimiser la performance de PagesJaunes.ca, tant celle du site en ligne que celle du site mobile. Le nouvel algorithme permet à PagesJaunes.ca de générer des résultats de recherche plus pertinents, optimisant ainsi le rendement du capital investi du marchand. Le rang des résultats de recherche dépend maintenant de caractéristiques plus pertinentes pour l'utilisateur, notamment la proximité de l'emplacement, le contenu sur l'entreprise, la popularité de l'entreprise et la qualité des avis. PagesJaunes.ca est maintenant aussi doté d'un service amélioré de saisie semi-automatique, qui accroît la vitesse d'obtention des résultats et qui réduit le nombre de recherches infructueuses.

Au 30 juin 2013, nos applications de recherche mobile avaient été téléchargées plus de 5,9 millions de fois, comparativement à 4,3 millions de fois à la période correspondante de l'exercice précédent. Nous avons également reçu une autre reconnaissance du secteur, l'application Pages Jaunes ayant été présentée par l'Apple Store comme l'une des 25 applications les plus téléchargées de tous les temps.

Notre réseau YellowAPI rend les renseignements sur les entreprises et le contenu de nos annonceurs accessibles à l'extérieur de notre réseau de médias détenus et exploités. Lancée en septembre 2010, YellowAPI est l'une des plus grosses banques de données au pays avec plus de 1,5 million d'inscriptions d'affaires au Canada. Un groupe de 2 800 développeurs est actuellement affecté au réseau YellowAPI et ceux-ci s'emploient à créer diverses applications mobiles qui utilisent les renseignements sur les entreprises de GPJ. YellowAPI alimente également la recherche locale au Canada grâce à des partenariats avec des moteurs de recherche et des applications de premier plan, tels que Yahoo! Canada (sur le Web et mobile), Poynt et Telus. De plus, GPJ entretient une relation stratégique avec Google afin d'offrir des inscriptions locales et il a conclu des ententes en matière d'échange de données avec TripAdvisor et OpenTable.

Dans le cadre de sa campagne publicitaire pour le repositionnement de sa marque, la Société a récemment lancé une intense campagne publicitaire de six semaines à Toronto. Amorcée en juin 2013, la campagne visait à faire connaître la marque Pages Jaunes à l'importante génération Y et à encourager le téléchargement et l'utilisation de l'application mobile Pages Jaunes. Des annonces ont été placées dans des journaux, dans des abris et des stations de transport en commun, dans des restaurants, dans des centres de conditionnement physique, lors de projections nocturnes et sur des panneaux publicitaires extérieurs, ainsi que sur des sites en ligne, mobiles et de médias sociaux. Un envahissement de la marque a également été mis en œuvre dans des restaurants et sur des terrasses de pubs, dans le centre-ville de Toronto et dans des événements populaires de la génération Y. Le volume de la campagne a été conçu pour exposer les individus à la marque Pages Jaunes, quotidiennement, dans les endroits où ils vivent, travaillent et se divertissent et aux alentours.

Résultats opérationnels et financiers consolidés

(en milliers de dollars canadiens, sauf les montants par action)

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2013	2012 ¹	2013	2012 ¹
Produits	243 183 \$	286 484 \$	496 460 \$	575 557 \$
Coûts opérationnels	135 949	141 545	273 748	285 744
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et frais de restructuration et charges spéciales	107 234	144 939	222 712	289 813
Amortissements	14 779	24 220	28 469	54 301
Dépréciation du goodwill	-	-	-	2 967 847
Frais de restructuration et charges spéciales	-	-	6 193	-
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	92 455	120 719	188 050	(2 732 335)
Charges financières, montant net	22 448	37 922	46 271	72 262
Perte au règlement de la dette	-	5 487	-	5 487
Bénéfice (perte) avant dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2, impôt sur le résultat et bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées	70 007	77 310	141 779	(2 810 084)
Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2	-	4 563	-	9 126
Bénéfice (perte) avant impôt sur le résultat et bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées	70 007	72 747	141 779	(2 819 210)
Charge (économie) d'impôt sur le résultat	19 737	7 167	38 154	(11 357)
Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées	(56)	(101)	(166)	(1 713)
Bénéfice net (perte nette)	50 326 \$	65 681 \$	103 791 \$	(2 806 140) \$
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	1,81 \$	2,15 \$	3,71 \$	(100,78) \$
Bénéfice (perte) dilué(e) par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	1,55 \$	2,15 \$	3,19 \$	(100,78) \$
Total de l'actif			1 802 851 \$	2 334 080 \$
Dette à long terme (y compris la tranche à court terme, en excluant les instruments d'emprunt convertibles)			775 248 \$	1 801 118 \$
Instruments d'emprunt convertibles			87 305 \$	185 323 \$
Actions privilégiées de séries 1 et 2 (y compris la tranche à court terme)			- \$	399 789 \$

¹ Révisé pour refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée).

² Dans le cadre de la clôture de l'opération de restructuration du capital le 20 décembre 2012, les actions ordinaires de Financement YPG inc. ont été échangées contre de nouvelles actions ordinaires de Yellow Média Limitée aux termes du plan d'arrangement qui prévoyait la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital. Par conséquent, le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation pour la période précédente a été ajusté pour tenir compte de la restructuration du capital.

Analyse des résultats opérationnels et financiers consolidés

Produits

Au cours du deuxième trimestre de 2013, les produits ont diminué pour se chiffrer à 243,2 M\$, contre 286,5 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent, et ils ont diminué pour se chiffrer à 496,5 M\$ pour le semestre clos 30 juin 2013, contre 575,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Sur une base comparable et en excluant les résultats de Canpages, les produits ont diminué de 11,2 % au cours du deuxième trimestre de 2013 et de 10,7 % pour le semestre clos le 30 juin 2013. La diminution des produits au cours du trimestre et du semestre clos le 30 juin 2013 est imputable à la baisse des produits provenant des médias imprimés, contrebalancée en partie par la hausse des produits tirés des médias numériques.

Les produits tirés des médias numériques se sont élevés à 98,4 M\$ au deuxième trimestre de 2013 et à 197,3 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2013, soit une croissance de 9,7 % et de 12,4 %, respectivement. Si l'on exclut l'incidence des activités de Canpages, les produits tirés des médias numériques ont augmenté de 12,8 % au cours du deuxième trimestre de 2013, par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent, et de 16,4 % pour le semestre clos le 30 juin 2013. La croissance des produits tirés des médias numériques a subi l'incidence négative de la perte d'un compte important de Mediative en mars 2013. La croissance des produits tirés des médias numériques est attribuable à la mise en œuvre réussie de notre stratégie de vente Solution 360° Pages Jaunes dans nos groupes de vente et au lancement de nouveaux produits mobiles et produits numériques de première qualité en 2012. Ces facteurs ont également donné lieu à une amélioration des unités génératrices de produits¹ (« UGP ») par annonceur, qui sont passées de 1,71 au 30 juin 2012 à 1,76 en 2013.

À l'heure actuelle, la diminution des produits tirés des médias imprimés n'est pas compensée par la croissance des produits tirés des médias numériques, essentiellement en raison de la baisse des dépenses chez nos plus gros annonceurs et de la diminution de l'acquisition d'annonceurs.

La Société a éprouvé des difficultés à l'égard de la migration des produits tirés des médias imprimés vers les produits et services numériques, en particulier chez certains de ses plus gros clients. Une tranche de 19 % de nos annonceurs qui ont renouvelé leur contrat² a diminué ses dépenses au cours des douze derniers mois. Outre PrioritéPlus, la Société continue d'offrir aux grands annonceurs des produits de première qualité conçus pour optimiser leur présence dans les médias numériques et traditionnels.

Variation des dépenses

	Périodes de douze mois closes les 30 juin	
	2013	2012
Chez les annonceurs qui ont renouvelé leur contrat²		
Augmentation des dépenses³		
Distribution des annonceurs	36 %	47 %
% des produits	32 %	39 %
Dépenses stables⁴		
Distribution des annonceurs	45 %	35 %
% des produits	23 %	15 %
Diminution des dépenses⁵		
Distribution des annonceurs	19 %	18 %
% des produits	45 %	46 %
Produits moyens par annonceur⁶	3 257 \$	3 311 \$

Au 30 juin 2013, le nombre d'annonceurs s'établissait à 291 000, comparativement à 326 000 au 30 juin 2012. Au cours des douze derniers mois, GPJ a attiré environ 12 400 nouveaux annonceurs, comparativement à environ 20 000 nouveaux annonceurs pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le récent déploiement de nos nouvelles stratégies d'acquisition ciblées a pour but d'accroître le nombre d'annonceurs potentiels et de conversions.

¹ Les unités génératrices de produits mesurent le nombre de groupes de produits choisis par les annonceurs.

² Les annonceurs qui ont renouvelé leur contrat excluent les annonceurs de Mediative, Canpages et Mur à Mur.

³ Annonceurs de GPJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une augmentation des dépenses de plus de 5 % d'un exercice à l'autre.

⁴ Annonceurs de GPJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une augmentation des dépenses allant de 0 % à 5 % d'un exercice à l'autre.

⁵ Annonceurs de GPJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une diminution des dépenses d'un exercice à l'autre.

⁶ Exclut l'apport de Canpages et de Mur à Mur.

Acquisition d'annonceurs et renouvellement des contrats

	Périodes de douze mois closes les 30 juin	
	2013	2012
Nombre d'annonceurs ¹	291 000	326 000
Taux de renouvellement des contrats par les clients ¹	85 %	87 %
Nouveaux annonceurs	12 400	20 000

¹ Exclut l'apport de Canpages et de Mur à Mur.

Indicateurs opérationnels

	Aux 30 juin	
	2013	2012
Taux de pénétration de Solution 360° Pages Jaunes ^{1, 2}	21,1 %	11,2 %
UGP par annonceur ¹	1,76	1,71
Annonceurs recourant exclusivement aux médias numériques ^{1, 2}	19 687	16 500
Produits tirés des médias numériques (en milliers de dollars canadiens) ³	98 407 \$	89 691 \$

¹ Exclut l'apport de Canpages et de Mur à Mur.

² Exclut l'apport de Mediative.

³ Pour les trimestres clos les 30 juin.

BAIIA

Le BAIIA a diminué de 37,7 M\$ pour s'établir à 107,2 M\$ au deuxième trimestre de 2013, comparativement à 144,9 M\$ pour la période correspondante de 2012, et il a diminué de 67,1 M\$ pour s'établir à 222,7 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 289,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution du BAIIA est essentiellement imputable à la pression exercée sur les produits tirés des médias imprimés, puisque la croissance des produits tirés de nos produits numériques ne compense pas la perte de produits tirés des médias imprimés. Notre marge sur BAIIA pour le deuxième trimestre de 2013 s'est établie à 44,1 %, comparativement à 50,6 % pour la période correspondante de 2012, et elle s'est établie à 44,9 % pour le semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 50,4 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. La modification de la composition des produits et les investissements dans la transformation des activités ont contribué à la diminution de la marge sur BAIIA.

Le coût des produits vendus a diminué de 9,7 M\$ pour s'établir à 79,9 M\$ au deuxième trimestre de 2013, comparativement à 89,6 M\$ pour la période correspondante de 2012, et il a diminué de 15,6 M\$ pour s'établir à 158,9 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 174,5 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2013 découle essentiellement de la diminution des coûts des produits vendus liée à la baisse des produits tirés des médias imprimés. Les économies de coûts de fabrication liées à la baisse des produits tirés des médias imprimés et aux taux réduits à la suite de la renégociation des contrats de chaîne d'approvisionnement ont été en partie contrebalancées par une augmentation des coûts liés à la prestation et à l'exécution de nos services numériques.

Au deuxième trimestre de 2013, la marge brute a diminué pour s'établir à 67,1 %, comparativement à 68,7 % à la période correspondante de l'exercice précédent, et elle a diminué pour s'établir à 68 % pour le semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 69,7 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. Cette baisse s'explique par une modification de la composition des produits, qui inclut des marges plus faibles associées à certains de nos services numériques, notamment des sites Web, l'OMR et le MMR.

Les frais généraux et d'administration ont augmenté de 4,1 M\$ pour s'établir à 56 M\$ au cours du deuxième trimestre de 2013, comparativement à 51,9 M\$ pour la période correspondante de 2012, et ils ont augmenté de 3,6 M\$ pour s'établir à 114,9 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 111,3 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation pour le trimestre clos le 30 juin 2013 est imputable à notre investissement dans la marque lors de la poursuite de notre campagne publicitaire Redécouvrez la vie de quartier. L'augmentation pour le semestre clos le 30 juin 2013 est également imputable à notre campagne publicitaire, ainsi qu'à un avis de cotisation pour la taxe de vente, facteurs contrebalancés par la diminution des créances douteuses et par un avantage sans effet de trésorerie qui découle de la modification des régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi de nos employés.

Amortissements

La dotation aux amortissements a diminué pour se chiffrer à 14,8 M\$ au deuxième trimestre de 2013, alors qu'elle s'était établie à 24,2 M\$ au deuxième trimestre de 2012, et elle s'est chiffrée à 28,5 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 54,3 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution est principalement attribuable à la baisse de l'amortissement de certaines immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages en 2010. Ces immobilisations incorporelles ont donné lieu à une charge d'amortissement plus élevée en 2012 et ont été entièrement radiées au cours de l'exercice précédent. De plus, le prix de base des immobilisations corporelles et incorporelles était moins élevé en raison de la dépréciation comptabilisée au quatrième trimestre de 2012.

Dépréciation du goodwill

Au cours du premier trimestre de 2012, la direction a conclu qu'il existait des indicateurs selon lesquels les actifs de la Société pourraient avoir subi une dépréciation, ce qui a entraîné la nécessité pour la Société d'effectuer un test de dépréciation. Par suite de ce test, nous avons comptabilisé une charge de 2 967,8 M\$ relativement à la dépréciation du goodwill au premier trimestre de 2012. Aucune charge de la sorte n'a été comptabilisée au cours du semestre clos le 30 juin 2013.

Frais de restructuration et charges spéciales

Au cours du premier trimestre de 2013, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et charges spéciales de 6,2 M\$. La plus grande partie de ce montant a trait au départ du président et chef de la direction. Comme il a été annoncé le 21 mars 2013, Marc P. Tellier quittera son poste de chef de la direction au plus tard le 15 août 2013 et il a droit à une rémunération aux termes de son contrat de travail conclu en 2002.

Charges financières

Les charges financières ont diminué de 15,5 M\$ pour s'établir à 22,4 M\$ au cours du deuxième trimestre de 2013, comparativement à 37,9 M\$ pour la période correspondante de 2012, et elles ont diminué de 26 M\$ pour s'établir à 46,3 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 72,3 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Cette diminution s'explique essentiellement par une diminution du niveau d'endettement et l'élimination des coûts de financement différés par suite de l'opération de restructuration du capital de décembre 2012. Au 30 juin 2013, le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'est établi à 9,1 %, comparativement à 6,2 % au 30 juin 2012.

Perte au règlement de la dette

Au cours du trimestre et du semestre clos le 30 juin 2012, nous avons engagé des coûts de 5,5 M\$ dans le cadre de l'opération de restructuration du capital.

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 cours du deuxième trimestre de 2012 et à 9,1 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2012. Dans le cadre de l'opération de restructuration du capital de décembre 2012, ces actions privilégiées ont été annulées.

Charge d'impôt sur le résultat

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 26,4 % et à 26,3 % pour les trimestres et les semestres clos les 30 juin 2013 et 2012, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt de 28,2 % et de 26,9 % sur le bénéfice du trimestre et du semestre clos le 30 juin 2013, respectivement. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi au deuxième trimestre de 2013 s'explique par le fait que certains paiements n'étaient pas déductibles aux fins de l'impôt. Au deuxième trimestre de 2013, un passif d'impôt différé additionnel a été comptabilisé en raison de la hausse du taux d'imposition prévu par la loi de la province de Colombie-Britannique.

La Société a comptabilisé une charge d'impôt de 9,8 % sur le bénéfice et une économie de 0,4 % au titre de la perte pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2012, respectivement. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi en 2012 s'explique par la dépréciation du goodwill, laquelle n'était pas entièrement déductible aux fins de l'impôt. De plus, au cours du deuxième trimestre de 2012, un actif d'impôt différé a été comptabilisé en raison d'une restructuration de la Société et un passif d'impôt différé additionnel a été comptabilisé en raison de la hausse du taux d'imposition prévu par la loi de la province d'Ontario.

Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées

Aux deuxièmes trimestres de 2013 et de 2012, nous avons comptabilisé un bénéfice lié à notre participation dans une entreprise associée de 0,1 M\$ pour chaque exercice et de 0,2 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 1,7 M\$ pour la période correspondante de 2012. Depuis le 1^{er} janvier 2012, nous ne comptabilisons plus notre participation dans Acquisio selon la méthode de la mise en équivalence, et nous avons comptabilisé un profit de 2,1 M\$ au premier trimestre de 2012 par suite de la réévaluation de ce placement. Nos bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles relatif à ces placements en titres de capitaux propres.

Bénéfice net (perte nette)

Le bénéfice net a diminué pour s'établir à 50,3 M\$ au deuxième trimestre de 2013, comparativement à un bénéfice net de 65,7 M\$ au deuxième trimestre de 2012. La diminution au cours du trimestre considéré est imputable à la baisse du BAIIA de 37,7 M\$, contrebalancée par la baisse de la dotation aux amortissements de 9,4 M\$ et la diminution des charges financières de 15,5 M\$. Pour le semestre clos le 30 juin 2013, le bénéfice net a augmenté pour s'établir à 103,8 M\$, comparativement à une perte nette de 2 806,1 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2012. L'augmentation pour le semestre clos le 30 juin 2013 est principalement attribuable à la dépréciation du goodwill de 2 967,8 M\$ comptabilisée au premier trimestre de 2012, contrebalancée en partie par la baisse du BAIIA.

Sommaire des résultats consolidés trimestriels

Résultats trimestriels

(en milliers de dollars canadiens, sauf les montants par action)

	2013		2012 ¹				2011 ¹	
	T2	T1	T4	T3	T2	T1	T4	T3
Produits	243 183 \$	253 277 \$	264 447 \$	267 711 \$	286 484 \$	289 073 \$	313 315 \$	323 441 \$
Coûts opérationnels	135 949	137 799	122 770	129 821	141 545	144 199	169 435	156 490
Bénéfice opérationnel								
avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	107 234	115 478	141 677	137 890	144 939	144 874	143 880	166 951
Marge sur BAIIA	44,1 %	45,6 %	53,6 %	51,5 %	50,6 %	50,1 %	45,9 %	51,6 %
Amortissements	14 779	13 690	23 395	26 597	24 220	30 081	23 003	37 800
Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles	-	-	300 000	-	-	2 967 847	-	2 900 000
Frais connexes à l'acquisition	-	-	-	-	-	-	210	497
Frais de restructuration et charges spéciales	-	6 193	18 111	26 812	-	-	14 254	-
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	92 455	95 595	(199 829)	84 481	120 719	(2 853 054)	106 413	(2 771 346)
(Profit) perte au règlement de la dette	-	-	(994 894)	10 818	5 487	-	-	-
Bénéfice net (perte nette)	50 326	53 465	821 850	22 236	65 681	(2 871 821)	40 972	(2 825 618)
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	1,81 \$	1,91 \$	29,24 \$	0,59 \$	2,15 \$	(102,93) \$	1,37 \$	(100,58) \$
Bénéfice (perte) dilué(e) par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	1,55 \$	1,64 \$	28,50 \$	0,59 \$	2,15 \$	(102,93) \$	1,37 \$	(100,58) \$

¹ Révisé pour refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée).

² Dans le cadre de la clôture de l'opération de restructuration du capital le 20 décembre 2012, les actions ordinaires de Financement YPG inc. ont été échangées contre de nouvelles actions ordinaires de Yellow Média Limitée aux termes du plan d'arrangement qui prévoyait la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital. Par conséquent, le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation pour la période précédente a été ajusté pour tenir compte de la restructuration du capital.

Les produits ont diminué de trimestre en trimestre, en raison de la baisse continue des produits tirés de nos médias imprimés, contrebalancée en partie par une augmentation des produits tirés de nos médias numériques.

Notre marge sur BAIIA a diminué progressivement de trimestre en trimestre en 2011, traduisant la diminution des produits tirés des médias imprimés et la baisse des marges liées à Canpages et à Mediative. 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. Notre marge sur BAIIA est demeurée relativement stable au cours des premier et deuxième trimestres de 2012 mais a augmenté au troisième trimestre de 2012, car nous avons bénéficié de taux réduits dans nos contrats de chaîne d'approvisionnement, lesquels ont été renégociés au cours du trimestre. Au quatrième trimestre de 2012, au premier trimestre de 2013 et au deuxième trimestre de 2013, nous avons comptabilisé un avantage sans effet de trésorerie de 13,3 M\$, de 2,6 M\$ et de 4,6 M\$, respectivement, lié aux modifications à nos régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi. Pour les deux premiers trimestres de 2013, notre marge sur BAIIA a diminué, ce qui s'explique par la perte sur marge imputable à une modification de la composition des produits et aux investissements effectués en vue d'accélérer la transformation de nos activités, ainsi que par une augmentation des coûts liés à la prestation et à l'exécution de nos services numériques.

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 2011 et en 2012 ainsi qu'au premier trimestre de 2013. Les amortissements des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages ont eu une incidence sur le bénéfice net en 2011 et en 2012. La diminution en 2013 découle d'une diminution du prix de base des actifs à amortir à la suite de la dépréciation de 300 M\$ comptabilisée au quatrième trimestre de 2012.

De plus, pendant le troisième trimestre de 2011, le premier trimestre de 2012 et le quatrième trimestre de 2012, nous avons comptabilisé des charges pour dépréciation de 2 900 M\$, de 2 967,8 M\$ et de 300 M\$, respectivement, relativement au goodwill et à certaines de nos immobilisations incorporelles et de nos immobilisations corporelles.

À la clôture de l'opération de restructuration du capital au quatrième trimestre de 2012, les frais de restructuration du capital de 5,5 M\$ et de 10,8 M\$ comptabilisés aux deuxième et troisième trimestres de 2012, respectivement, ont été reclassés au poste Profit au règlement de la dette. Le changement de présentation des frais de restructuration du capital et du bénéfice opérationnel a été appliqué aux périodes précédentes afin d'assurer la cohérence avec la présentation au 31 décembre 2012.

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 ses instruments d'emprunt.

Situation financière

Structure du capital

(en milliers de dollars canadiens)

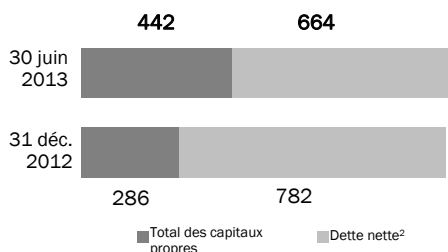
	Au 30 juin 2013	Au 31 décembre 2012
Trésorerie et équivalents de trésorerie	198 377 \$	106 807 \$
Billets garantis de premier rang	773 927	800 000
Obligations en vertu de contrats de location-financement	1 321	1 831
Débiteures échangeables	87 305	86 667
Dette nette (déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie)²	664 176 \$	781 691 \$
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	442 393	285 749
Participations ne donnant pas le contrôle	-	411
Capitalisation totale	1 106 569 \$	1 067 851 \$
Ratio de la dette nette sur la capitalisation totale	60 %	73,2 %

Ratio de la dette nette² sur le BAIIA des douze derniers mois¹



Structure du capital

(en millions de dollars)



¹ Bénéfice opérationnel des douze derniers mois avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (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.

² La dette nette est une mesure non définie par les IFRS qui représente la dette externe, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, telles que ces mesures sont présentées conformément aux IFRS.

Emprunt garanti par des actifs

En août 2013, la Société a conclu, par l'entremise de Financement YPG inc., un emprunt garanti par des actifs de 50 M\$, d'une durée de 5 ans, arrivant à échéance en août 2018. Cet emprunt sera affecté aux besoins généraux de l'entreprise. L'emprunt garanti par des actifs comporte une charge de premier rang sur les créances de la Société. L'emprunt est soumis à une réserve disponible de 5 M\$ si le ratio de couverture des charges fixes de la Société est inférieur à 1,1 fois pour les douze derniers mois. Au 7 août 2013, l'emprunt garanti par des actifs était entièrement disponible et aucun montant n'avait été prélevé. L'intérêt est calculé soit en fonction du taux des acceptations bancaires, soit en fonction du taux préférentiel canadien majoré d'une marge applicable.

La convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs contient des clauses restrictives, notamment des restrictions quant à la création de dette additionnelle, au paiement des dividendes et autres restrictions de paiement, aux placements, à la création de privilèges, aux transactions de cession-bail, aux fusions, aux regroupements et aux ventes d'actifs, à certaines transactions avec des filiales et aux activités opérationnelles.

Billets garantis de premier rang

Le 20 décembre 2012 (la date d'entrée en vigueur), la Société a émis, par l'entremise de sa filiale, Financement YPG inc., 800 M\$ de billets garantis de premier rang à 9,25 % (les billets garantis de premier rang) échéant le 30 novembre 2018.

Les intérêts sur les billets garantis de premier rang sont payables en espèces trimestriellement, à terme échu, en versements égaux, le dernier jour de février, de mai, d'août et de novembre de chaque année.

Au 30 juin 2013, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang.

Rachat obligatoire

Aux termes de l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang, la Société doit utiliser un montant équivalant à 75 % des flux de trésorerie excédentaires consolidés pour la dernière période de six mois close le 31 mars ou le 30 septembre, selon le cas, pour racheter semestriellement le dernier jour de mai et de novembre de chaque année, à compter du 31 mai 2013, les billets garantis de premier rang à un prix de rachat équivalant à 100 % du capital auprès de leurs détenteurs, sur une base proportionnelle, à la condition que la Société maintienne un solde de trésorerie minimal de 75 M\$ immédiatement après le paiement de rachat obligatoire. La condition du solde de trésorerie minimal de 75 M\$ prévoit des réductions dans certains cas décrits dans l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang. Les flux de trésorerie excédentaires, selon la définition qui en est donnée dans l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang, désignent le total des flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles moins les dépenses d'investissement ajusté pour tenir compte, entre autres, des paiements futurs d'intérêts, de l'impôt et des régimes de rémunération des employés à long terme ainsi que de certains paiements de cotisations à des régimes de retraite. La Société doit effectuer des paiements de rachat obligatoire minimaux d'un montant global annuel de i) 100 M\$ en 2013, ii) 75 M\$ en 2014 et iii) 50 M\$ en 2015. Les paiements de rachat obligatoire annuels minimaux pour 2013, 2014 et 2015 ne sont pas assujettis à la condition que la Société maintienne un solde de trésorerie minimal de 75 M\$ immédiatement après ces paiements.

Aux fins de la détermination des flux de trésorerie excédentaires consolidés, les déductions pour dépenses d'investissement et pour charges liées aux technologies de l'information et aux systèmes informatiques sont toutes deux limitées à 50 M\$ par année. La Société pourrait également devoir effectuer des remboursements supplémentaires sur les billets garantis de premier rang, comme le prévoit l'acte de fiducie qui régit ces billets.

La Société a fait un paiement de rachat obligatoire de 26,1 M\$ le 31 mai 2013 et elle a des liquidités suffisantes pour effectuer le paiement de rachat obligatoire minimal d'un montant global de 100 M\$ en 2013.

Rachat optionnel

La Société peut racheter la totalité ou une partie des billets garantis de premier rang à son gré, sur préavis de 30 à 60 jours, à un prix de rachat égal à :

- 105 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué avant le 31 mai 2017; ou
- 100 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué le 31 mai 2017 ou après.

Débetures échangeables

Le 20 décembre 2012, la Société a émis, par l'entremise de sa filiale, Financement YPG inc., 107,5 M\$ de débetures échangeables subordonnées de premier rang (les débetures échangeables) échéant le 30 novembre 2022.

Les intérêts sur les débetures échangeables portent intérêt au taux de 8 % par année si, pour la période d'intérêt applicable, le paiement est en espèces, ou au taux de 12 % par année, pour la période d'intérêt applicable, si la Société choisit d'effectuer un paiement en nature des intérêts sur la totalité ou une partie des débetures échangeables en circulation, c'est-à-dire de payer les intérêts en débetures échangeables additionnelles. Les intérêts sur les débetures échangeables sont payables semestriellement, à terme échu, en versements égaux le dernier jour de mai et de novembre de chaque année.

Au 30 juin 2013, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les débetures échangeables.

Option d'échange

Les débetures échangeables sont échangeables au gré du détenteur contre de nouvelles actions ordinaires, en tout temps, à un prix d'échange par action ordinaire de 19,04 \$, sous réserve d'un ajustement pour transactions sur capitaux propres précisées.

Rachat optionnel

La Société peut, en tout temps ou après la date à laquelle la totalité des billets garantis de premier rang ont été payés en entier, racheter la totalité ou une partie des débetures échangeables à son gré, sur préavis de 30 à 60 jours, à un prix de rachat égal à :

- 110 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué avant le 31 mai 2021; ou
- 100 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué le 31 mai 2021 ou après.

Cotes de solvabilité

DBRS Limited	Standard and Poor's Rating Services
B (faible)/cote de l'émetteur – tendance stable	B/cote de la Société – perspectives stables
CCC (élevée)/cote des billets garantis de premier rang	B+/cote des billets garantis de premier rang
CCC/cote des débetures échangeables	CCC+/cote des débetures échangeables

Le 17 mai 2013, Dominion Bond Rating Service (« DBRS ») a publié ses premières cotes à notre égard en notre qualité d'émetteur et à l'égard de nos titres d'emprunt depuis l'opération de restructuration du capital, le 20 décembre 2012. Les cotes de DBRS varient de « AAA » à « D » et peuvent être modifiées par l'ajout de sous-catégories « (élevée) » ou « (faible) », à l'exception des cotes « AAA » et « D ». L'absence d'une telle désignation indique que la cote se situe au point milieu de la catégorie.

La cote « B (faible) » est la seizième des 26 cotes utilisées par DBRS. En attribuant une cote de catégorie « B » à un instrument d'emprunt, DBRS indique que la situation de l'émetteur est actuellement très spéculative et qu'il existe une grande incertitude quant à la capacité de celui-ci de respecter ses obligations financières.

Les cotes « CCC (élevée) » et « CCC » sont les dix-septième et dix-huitième, respectivement, des 26 cotes utilisées par DBRS. Les instruments financiers de cette catégorie sont hautement spéculatifs et il y a un danger que l'émetteur ne respecte pas ses obligations financières. Il y a peu de différences entre ces trois catégories, mais les cotes « CC » et « C » sont habituellement attribuées aux obligations dont le manquement est considéré comme très probable ou qui sont subordonnées aux obligations ayant une cote de « CCC » à « B ». Les obligations dont le manquement n'a pas encore techniquement eu lieu mais est considéré inévitable peuvent se voir attribuer une cote de catégorie « C ».

Situation de trésorerie

Les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles et les fonds en caisse sont les principales sources de trésorerie de la Société. La Société prévoit générer suffisamment de liquidités pour financer ses dépenses d'investissement, ses besoins en fonds de roulement et ses obligations actuelles, notamment les rachats en capital obligatoires de billets garantis de premier rang. Au 7 août 2013, la trésorerie et les équivalents de trésorerie de la Société se chiffraient à environ 213 M\$.

Données sur les actions

Au 8 août 2013, les données sur les actions en circulation se présentaient comme suit :

Données sur les actions en circulation			
	Au 8 août 2013	Au 30 juin 2013	Au 31 décembre 2012
Actions ordinaires en circulation	27 955 077	27 955 077	27 955 077
Bons de souscription d'actions en circulation	2 995 506	2 995 506	2 995 506

Débetures échangeables

Au 8 août 2013, la Société comptait un total de 107,5 M\$ de débetures échangeables en circulation.

Options

Le 20 décembre 2012, dans le cadre de la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital de Yellow Média Limitée, un nouveau régime d'options sur actions (le « régime d'options sur actions ») a été adopté. Le régime d'options sur actions vise à attirer et à conserver certains employés de Yellow Média Limitée qui ont la capacité de contribuer de façon importante au succès de l'exploitation de l'entreprise, à offrir un incitatif significatif à la direction pour qu'elle mène Yellow Média Limitée à bon port pendant la transition et la transformation de ses activités, ainsi qu'à mieux harmoniser les intérêts de la direction avec ceux des actionnaires de Yellow Média Limitée. Un maximum de 1 290 612 options pourrait être attribué en vertu du régime d'options sur actions. Le 6 mai 2013, 376 000 options ont été attribuées à certains employés de Yellow Média Limitée.

Les principales modalités des options attribuées sont les suivantes :

- Le prix d'exercice est de 10,12 \$
- Les droits des options sont acquis au troisième anniversaire de la date d'attribution
- Les options arrivent à échéance sept ans après la date d'attribution

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)

	Semestres clos les 30 juin	
	2013	2012
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles		
Flux de trésorerie opérationnels	149 013 \$	157 609 \$
Variation des actifs et des passifs opérationnels	24 032	(30 425)
	173 045 \$	127 184 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations incorporelles	(29 193) \$	(15 306) \$
Acquisition d'immobilisations corporelles	(7 748)	(1 606)
Acquisition d'entreprises	(3 581)	-
Autres	198	183
	(40 324) \$	(16 729) \$
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Contrepartie différée	(5 624) \$	(1 800) \$
Frais de restructuration du capital	(6 629)	(5 487)
Remboursement sur la dette à long terme	(26 360)	(50 703)
Émission de titres d'emprunt à long terme	-	239 000
Autres	(2 538)	(116)
	(41 151) \$	180 894 \$

Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles

Les flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles ont augmenté de 45,9 M\$, passant de 127,2 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2012 à 173 M\$ au premier semestre de 2013, en raison de la baisse des intérêts versés de 23,6 M\$, de la baisse de l'impôt sur le résultat payé de 22,4 M\$ et de la baisse du financement des régimes de retraite de 10,2 M\$, facteurs contrebalancés par la baisse du BAIIA de 67,1 M\$. De plus, la variation des actifs et des passifs opérationnels pour le semestre clos le 30 juin 2013 a donné lieu à une entrée de 24 M\$ comparativement à une sortie de 30,4 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La fluctuation de la variation des actifs et des passifs opérationnels est principalement attribuable au paiement relatif à un avis de cotisation pour la taxe de vente en 2012 et à de meilleurs résultats au chapitre du recouvrement des débiteurs.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement se sont établis à 40,3 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2013, comparativement à 16,7 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours des six premiers mois de 2013, nous avons investi 29,2 M\$ et 7,7 M\$, respectivement, dans le développement de logiciels et le matériel, soit des montants supérieurs aux montants correspondants de 15,3 M\$ et de 1,6 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation est liée à nos investissements en vue de transformer notre entreprise.

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

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2013	2012	2013	2012
Investissements de maintien	6 004 \$	4 420 \$	13 480 \$	8 821 \$
Investissements de croissance	9 647	3 980	19 581	8 468
Total	15 651 \$	8 400 \$	33 061 \$	17 289 \$
Ajustement pour tenir compte des dépenses présentées selon la comptabilité de caisse	2 343	145	3 058	(560)
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	17 994 \$	8 545 \$	36 119 \$	16 729 \$

Les investissements de maintien sont liés aux activités en cours et servent à maintenir l'intégrité de l'infrastructure. Ils incluent également les améliorations locatives dans lesquelles nous avons investi pour réorganiser certains locaux afin de les adapter à nos équipes d'exécution des commandes de produits numériques en constante croissance.

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.

Les dépenses d'investissement ont totalisé 15,7 M\$ pour le deuxième trimestre de 2013. Dans le cadre de notre transformation numérique, nous avons investi dans notre nouvel outil de gestion des marchands en ligne, qui a été déployé au deuxième trimestre de 2013. Nous avons également investi dans nos nouveaux outils de suivi et de production de rapports pour les entreprises.

Le total des dépenses d'investissement devrait se chiffrer entre 55 M\$ et 60 M\$ pour 2013.

Flux de trésorerie liés aux activités de financement

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement se sont établis à 41,2 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2013, tandis que des flux de trésorerie de 180,9 M\$ provenaient des activités de financement pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours du premier semestre de 2013, nous avons remboursé une tranche de 26,1 M\$ des billets garantis de premier rang. De plus, nous avons payé des frais de 6,6 M\$ à l'égard de notre restructuration du capital, et des frais de 5,6 M\$ à l'égard des obligations de paiement différées issues des acquisitions effectuées en 2010, lorsque nous avons acquis Mediative. Au premier semestre de 2012, nous avons prélevé un montant de 239 M\$ sur la tranche renouvelable de la facilité de crédit. La facilité de crédit a été annulée dans le cadre de l'opération de restructuration du capital le 20 décembre 2012.

Instruments financiers et autres instruments

(Se reporter à la note 24 des états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2012).

Les instruments financiers de la Société comprennent la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les créances clients et autres débiteurs, les placements, les fournisseurs et autres créditeurs, la dette à court terme et la dette à long terme, les débiteures échangeables et les instruments dérivés.

Instruments dérivés

Nous sommes actuellement partie à une entente visant l'achat des actions résiduelles d'une participation dans une entreprise associée à un multiple prédéterminé (l'« option d'achat »). Cette option d'achat constitue un passif dérivé.

Les dérivés incorporés n'avaient aucune valeur comptable au 30 juin 2013. La valeur comptable est établie au moyen 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.

4. Flux de trésorerie disponibles /

Flux de trésorerie disponibles

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2013	2012	2013	2012
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	86 457 \$	104 777 \$	173 045 \$	127 184 \$
Dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	17 994	8 545	36 904	16 729
Flux de trésorerie disponibles	68 463 \$	96 232 \$	136 141 \$	110 455 \$

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 de même que des produits et des charges et sur la présentation des actifs et des passifs éventuels dans les états financiers.

Nos hypothèses et estimations comptables critiques n'ont pas changé depuis la publication de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012, sauf en ce qui concerne le taux d'actualisation utilisé pour évaluer l'obligation au titre des avantages postérieurs à l'emploi. Ces hypothèses et estimations critiques portent sur les immobilisations incorporelles et le goodwill, les avantages futurs du personnel et l'impôt sur le résultat. Se reporter à la section 5, « Hypothèses critiques », de notre rapport de gestion annuel au 31 décembre 2012.

Nouvelles normes comptables

IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*

Yellow Média Limitée a appliqué les modifications apportées à IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*, en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. Selon des modifications, les principaux changements que présente cette version révisée sont l'élimination de la méthode du corridor et l'accélération de la comptabilisation des coûts des services passés, ainsi que la comptabilisation de toutes les variations de l'obligation au titre des prestations définies et des actifs du régime au moment où elles surviennent. Ces modifications n'ont pas eu d'incidence sur les résultats financiers de la Société. En outre, le coût financier et le rendement attendu des actifs du régime, termes utilisés dans la version précédente d'IAS 19, sont remplacés par les intérêts nets qu'on calcule en appliquant le taux d'actualisation à l'actif net ou au passif net au titre des prestations définies et les frais d'administration sont désormais inclus dans les coûts des services. Se reporter à la note 2 des états financiers intermédiaires résumés ci-joints pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2013 pour obtenir un résumé des différences entre nos états financiers préparés auparavant et ceux que nous présentons désormais conformément à IAS 19 (révisée).

IFRS 7 (révisée), *Instruments financiers : Informations à fournir*

Le 16 décembre 2011, l'International Accounting Standards Board (IASB) et le Financial Accounting Standards Board (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 section intitulée « Informations à fournir – Compensation des actifs et des passifs financiers (modifications à IFRS 7) ». Les modifications apportées à IFRS 7 entreront en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. Nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013 comprennent les nouvelles notes devant être présentées pour les périodes intermédiaires.

IFRS 13, *Évaluation de 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 prend effet pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} 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. Nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013 comprennent les nouvelles notes devant être présentées pour les périodes intermédiaires.

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 prend effet pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. L'adoption anticipée est permise, à condition qu'IFRS 11, *Partenariats*, et IFRS 12, *Informations à fournir sur les intérêts dans d'autres entités*, ainsi que les modifications connexes à IAS 27, *États financiers consolidés et individuels* et à IAS 28, *Participations dans des entreprises associées et des coentreprises* (la « série de cinq normes »), soient adoptées au même moment. Yellow Média Limitée a examiné ses participations dans des entreprises associées et a conclu que l'adoption d'IFRS 10 n'a pas eu d'incidence sur nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013.

IFRS 11, Partenariats

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 coentreprises, soit la méthode de la mise en équivalence. IFRS 11 est applicable au même moment qu'IFRS 10. La norme a été adoptée, et son application n'a eu aucune incidence sur les informations présentées dans nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013.

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 est applicable au même moment qu'IFRS 10. En juin 2012, l'IASB a publié des modifications apportées à IFRS 10, *États financiers consolidés*, à IFRS 11, *Partenariats*, et à IFRS 12, *Informations à fournir sur les intérêts détenus dans d'autres entités*, lesquelles entreront également en vigueur pour la Société au moment de l'adoption de ces normes pour l'exercice ouvert le 1^{er} janvier 2013. La norme a été adoptée, et son application n'a eu aucune incidence sur les informations présentées dans nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013.

IAS 16, Immobilisations corporelles, IAS 32, Instruments financiers et IAS 34, Information financière intermédiaire

En mai 2012, l'IASB a également publié des modifications apportées à IAS 16, *Immobilisations corporelles* et à IAS 32, *Instruments financiers : Présentation*, lesquelles entrent en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. L'adoption anticipée de ces modifications est permise. Ces modifications apportent des précisions sur diverses exigences. IAS 34, *Information financière intermédiaire* a ajouté de nouvelles exigences en matière d'informations à fournir. La norme a été adoptée, et son application n'a eu aucune incidence sur les informations présentées dans nos états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le deuxième trimestre de 2013.

IAS 32, Instruments financiers : Présentation (en ce qui a trait à la compensation)

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.

Dans le cadre de ce projet, l'IASB a précisé certains aspects d'IAS 32, *Instruments financiers : Présentation*. Les modifications à IAS 32 portent sur les incohérences dans la pratique actuelle au moment d'appliquer les exigences. Les modifications prendront effet pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2014 et doivent être appliquées de manière rétrospective. Yellow Média n'a pas adopté IAS 32 par anticipation et n'a pas évalué pleinement l'incidence de l'adoption de cette norme.

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 énonce de 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 :

- Selon 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 dans le cas des passifs dérivés qui doivent être réglés par la livraison d'instruments de capitaux propres non cotés.

IFRS 9 sera appliquée de manière prospective et comportera des dispositions transitoires, selon la date d'application. La norme n'est pas applicable avant les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2015, mais son application anticipée est permise. Yellow Média Limitée n'a pas adopté IFRS 9 par anticipation et n'a pas évalué pleinement l'incidence de l'adoption de cette norme.

6. Risques et incertitudes /

Cette section présente les principaux risques et incertitudes pouvant avoir une incidence importante sur les résultats futurs de GPJ.

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; et
3. les risques opérationnels – principalement liés aux risques dans tous les principaux secteurs fonctionnels de l'organisation.

GPJ a adopté certains principes directeurs afin de tenter de gérer les risques auxquels il est exposé. Se reporter à la section « Risques et incertitudes » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 et à notre notice annuelle pour obtenir une description complète des facteurs de risque, notamment « Une forte concurrence pourrait réduire la part du marché de la Société et avoir une incidence défavorable importante sur cette dernière, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Une diminution plus marquée que prévu des produits tirés des médias imprimés en raison de changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière » et « L'incapacité de la Société de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent de l'exploitation, de financements par emprunts ou par actions ou de refinancements pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière ». Malgré ces principes, la Société ne peut garantir que ses efforts seront fructueux. Nos risques et incertitudes sont demeurés inchangés depuis la publication de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. Pour plus d'information, se reporter à la partie correspondante de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2012.

7. Contrôles et procédures /

Aucun changement ayant une incidence importante ou susceptible d'avoir une incidence importante sur les contrôles internes à l'égard de la présentation de l'information financière de la Société n'a été apporté aux contrôles internes à l'égard de la présentation de l'information financière de la Société au cours de la période ouverte le 1^{er} janvier 2013 et close le 30 juin 2013.