

Rapport de gestion

Le 13 février 2014

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 les exercices clos les 31 décembre 2013 et 2012. Ce rapport doit être lu parallèlement à nos états financiers consolidés audités et aux notes complémentaires pour l'exercice clos le 31 décembre 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.

L'information financière présentée dans le présent rapport de gestion a été préparée selon les Normes internationales d'information financière (les IFRS) pour les états financiers, et les montants sont exprimés en dollars canadiens, à moins d'indication contraire.

L'information et les valeurs auditées liées aux IFRS fournies dans le présent rapport de gestion ont été préparées selon les normes et les interprétations actuellement publiées et en vigueur à la clôture de notre période de présentation de l'information financière, soit le 31 décembre 2013.

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'acquérir de nouveaux annonceurs au rythme actuellement 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 de façon significative 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 significativement les résultats ou le rendement réels de ceux indiqués dans les déclarations prospectives, y compris les facteurs mentionnés aux sections de ce rapport de gestion intitulées « Une forte concurrence pourrait réduire la part du marché de la Société et avoir une incidence défavorable significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 ces parties pourrait avoir une incidence défavorable significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 significative 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 significatifs pour l'instant pourraient également avoir un effet défavorable significative 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 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 24 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 se définissent comme les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies, 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 /

Nos activités

Yellow Média est une société canadienne de médias numériques et imprimés qui offre aux entreprises une gamme complète de solutions de médias répondant à leurs principaux objectifs de marketing et qui fournit aux consommateurs des plateformes permettant d'accéder à des renseignements fiables sur les entreprises locales. La Société offre aux petites et aux moyennes entreprises (les « PME ») des solutions de marketing personnalisées qui se composent de produits de marketing numériques et traditionnels, notamment le positionnement prioritaire en ligne et mobile, des solutions de moteurs de recherche, des sites Web ainsi que de la publicité imprimée, sur vidéo et sur les médias sociaux. Nous offrons également aux entreprises de tout le pays des services haut de gamme de marketing numérique et de médias de performance. La Société offre des services à environ

276 000 entreprises locales partout au Canada par l'intermédiaire de son effectif de vente, qui se compose d'environ 1 100 conseillers et membres du personnel de soutien aux ventes.

Yellow Média détient l'une des plus grosses banques de données présentant des renseignements riches et organisés sur les entreprises locales au Canada. Les renseignements sur les entreprises locales de nos annonceurs rejoignent les consommateurs canadiens par l'intermédiaire de divers médias imprimés et numériques détenus et exploités et par l'intermédiaire de divers réseaux de recherche locale. Nous détenons et exploitons certains des principaux médias et des principales publications au Canada, notamment PagesJaunes.ca^{MC}, Canada411.ca^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC}, Canpages.ca^{MC} et les annuaires imprimés Pages Jaunes^{MC}, de même que les applications de recherche mobile Pages Jaunes, ShopWise et RedFlagDeals. Nos applications mobiles pour la recherche d'entreprises locales et de rabais ont été téléchargées plus de 6,5 millions de fois et nos destinations en ligne rejoignent environ 7,3 millions de visiteurs uniques chaque mois. La Société détient et exploite également une interface de programmation d'applications publiques appelée YellowAPI.com, qui contient 1,5 million d'inscriptions d'affaires au Canada et présente du contenu enrichi sur plus de 270 000 entreprises.

En outre, nous sommes l'éditeur officiel des annuaires de Bell Canada (« Bell »), de TELUS Communications inc. (« TELUS »), de Bell Aliant Communications régionales, société en commandite (« Bell Aliant »), de MTS Allstream inc. et d'un certain nombre d'autres entreprises de téléphonie titulaires qui détiennent des parts de marché de premier plan dans leurs territoires respectifs. En 2013, nous avons publié plus de 345 annuaires téléphoniques imprimés distincts qui ont un tirage total d'environ 17 millions d'exemplaires.

Mission

Notre raison d'être est de favoriser l'économie de quartier en permettant aux entreprises du Canada de communiquer, d'interagir et de nouer des relations avec leurs consommateurs.

Stratégie

Notre objectif est de devenir le chef de file en matière de médias numériques locaux au Canada. Nous y parviendrons en favorisant l'établissement de relations solides entre les entreprises canadiennes et les consommateurs locaux et en assurant une présence médiatique locale sans égale dans tout le pays.

En 2013, Yellow Média a achevé la première étape de sa transformation numérique. Après la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital le 20 décembre 2012, Yellow Média a amorcé l'exercice 2013 avec un bilan plus solide et la souplesse financière requise pour réaliser sa transformation numérique.

La Société a établi de solides fondations en ce qui a trait au numérique, investissant dans le développement de nouveaux produits, processus, technologies et outils ainsi que dans les possibilités de la marque. La Société a également investi dans sa main-d'œuvre, recrutant plus de 200 professionnels des médias numériques et des technologies de l'information et mettant sur pied des programmes de formation axés sur l'amélioration et la mise à niveau des aptitudes liées au numérique. Ces investissements ont solidifié ses actifs de base, qui comprennent :

- la gamme de solutions marketing et de médias numériques et traditionnels la plus complète au Canada;
- l'une des plus grandes équipes de conseillers en ventes, de professionnels de l'exécution des commandes de produits numériques et de directeurs de campagne au Canada;
- des médias numériques détenus, exploités et très fréquentés (en ligne et mobiles);
- l'une des plus grosses banques de données présentant un contenu local canadien organisé;
- un vaste réseau de partenariats numériques afin d'aider les entreprises et les consommateurs à entrer en contact à l'extérieur des médias détenus et exploités de la Société;
- des employés hautement compétents.

Ces facteurs placent Yellow Média en excellente position pour entamer la deuxième étape de sa transformation, qui vise à favoriser la croissance des produits à long terme, la rentabilité et la transformation de la Société en une puissante société de médias numériques locaux.

Afin de tirer parti de ses principaux actifs et de soutenir la deuxième étape de la transformation de Yellow Média, la Société a ciblé les points clés suivants pour 2014 :

- promouvoir les possibilités de la marque;
- attirer un bassin de consommateurs de grande valeur;
- répondre aux besoins des annonceurs;
- investir dans ses employés;
- améliorer l'efficacité.

Promouvoir les possibilités de la marque

Nous restons résolus à assurer une présence médiatique locale sans égale dans tout le pays et à promouvoir la marque de GPJ comme une source fiable de renseignements exacts sur les entreprises locales. Pour ce faire, la Société continuera de lancer des initiatives de valorisation de la marque qui encouragent le téléchargement et l'utilisation de nos applications mobiles. Ces campagnes cibleront les Canadiens en déplacement par l'intermédiaire d'annonces télévisées nationales, de publicités multimédias locales et de campagnes visant la génération Y dans les principaux marchés urbains. La Société cherche également à améliorer la perception des annonceurs actuels et futurs en lançant des campagnes interentreprises multimédias qui font la promotion des produits, des services et de l'expertise de GPJ en matière de gestion de campagnes et de marketing numérique.

Attirer un bassin de consommateurs de grande valeur

Le succès des campagnes de marketing de nos annonceurs dépend de leur capacité à attirer un bassin de consommateurs de grande valeur. Par conséquent, la Société offrira une expérience plus convaincante et différenciée pour les utilisateurs en améliorant la qualité, l'exhaustivité et la pertinence du contenu distribué à ses médias et à ses partenaires, tout en fournissant des applications et des sites attrayants pour la recherche locale. En 2014, la Société lancera de nouvelles versions de ses médias numériques, soutenues par des plateformes de recherche plus efficaces, de nouvelles expériences numériques et un contenu plus riche, comme des rabais, des notations et des avis. Elle investira également dans d'importants partenariats favorisant le trafic et les occasions de distribution, élargissant ainsi son éventail de partenaires et la portée des médias numériques de GPJ en vue de contribuer positivement au rendement sur le capital investi par les annonceurs.

Répondre aux besoins des annonceurs

Nous demeurons résolus à fournir aux annonceurs actuels et futurs les campagnes de marketing numérique offrant la plus grande valeur du secteur. En 2014, nous réviserons et simplifierons nos gammes de produits numériques existantes et suivrons les plus récentes tendances en matière de marketing numérique en introduisant l'affichage numérique et les médias sociaux dans nos gammes de produits. Nous trouverons et attirerons également de nouveaux clients grâce à notre stratégie d'acquisition révisée et mettrons en œuvre des programmes, des processus et des technologies afin d'améliorer la façon de cultiver les liens avec les annonceurs potentiels et d'augmenter le nombre de conversions. Afin de favoriser la rétention des annonceurs et la croissance des produits, la Société offrira une capacité d'analyse du rendement améliorée pour chacun de ses produits numériques, perfectionnera les processus et les outils de vente et améliorera davantage l'exécution des commandes de produits numériques.

Investir dans ses employés

Nos employés sont une composante essentielle de notre transformation numérique. En 2014, nous continuerons d'investir dans notre main-d'œuvre et embaucherons 200 professionnels des médias numériques et des technologies de l'information additionnels. La Société investira également dans le développement d'une solide culture du numérique et offrira des ressources, des outils et des programmes de formation en vue d'accroître les connaissances en matière de numérique et de faciliter la gestion du changement pour tous les aspects de l'organisation.

Améliorer l'efficacité

La Société continue de favoriser l'excellence opérationnelle dans toute l'organisation, mettant en place l'infrastructure et les plateformes de base pour soutenir le traitement rentable d'un volume élevé de commandes des annonceurs. En 2014, la Société simplifiera les processus d'affaires, consolidera les systèmes traditionnels et remplacera les centres de données existants afin d'améliorer l'efficacité et d'harmoniser la structure de coûts de la Société avec sa réalité numérique.

Pour un examen de la progression et des résultats relatifs aux priorités définies pour 2013, se reporter à la section 2, « Résultats ».

Capacité à produire des résultats

Cette section de notre rapport de gestion présente la façon dont nous nous positionnons pour exercer nos activités sur une base novatrice et viable financièrement.

Sources de financement

GPJ génère suffisamment de flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles pour financer les dépenses en immobilisations requises et remplir les obligations liées au service de la dette. Ses flux de trésorerie et ses fonds en caisse lui procurent des ressources suffisantes pour financer ses besoins de trésorerie dans un avenir prévisible tout en conservant des liquidités appropriées. Se reporter à la section 3, « Situation de trésorerie et sources de financement », de ce rapport de gestion pour une analyse de la capacité de la Société à générer suffisamment de flux de trésorerie en vue de combler ses besoins d'exploitation compte tenu de la conjoncture actuelle.

Ressources autres qu'en capital

Les importantes ressources incorporelles de GPJ comprennent les suivantes :

- ses marques de commerce médiatiques bien établies;
- son contenu local riche et approfondi;
- ses relations solides avec les clients;
- ses employés dévoués et expérimentés;
- la culture et les valeurs qui caractérisent l'organisation.

Marques de commerce médiatiques bien établies

Notre vaste réseau de médias aide les consommateurs canadiens à trouver des renseignements de qualité pour entrer en contact avec les entreprises locales et à satisfaire leurs besoins en matière de magasinage.

Nous détenons et exploitons certains des principaux médias et publications au Canada, notamment PagesJaunes.ca^{MC}, Canada411.ca^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC}, Canpages.ca^{MC} et les annuaires imprimés Pages Jaunes^{MC}, de même que les applications de recherche mobile Pages Jaunes, ShopWise et RedFlagDeals. Nos applications mobiles pour la recherche d'entreprises locales et de rabais ont été téléchargées plus de 6,5 millions de fois.

- PagesJaunes.ca – disponible en ligne et comme application mobile, PagesJaunes.ca donne accès aux utilisateurs à des renseignements complets et à jour sur les entreprises locales canadiennes;
- ShopWise – application mobile offrant des rabais et des circulaires géolocalisés, ainsi qu'un accès à un catalogue de plus de 7 millions de produits et à des renseignements sur plus de 600 détaillants locaux et nationaux;
- RedFlagDeals.com – principal fournisseur canadien d'outils de magasinage, de bons de réduction et de rabais mobiles et en ligne;
- Canpages.ca – un site Web de recherche interactive axé sur l'emplacement et les besoins des consommateurs, qui donne aussi accès à une importante banque de données présentant des inscriptions immobilières locales;
- Canada411.ca – l'une des destinations en ligne les plus fiables et fréquentées au Canada pour obtenir des coordonnées personnelles;
- YellowAPI.com – une interface de programmation d'applications publiques qui fournit aux développeurs d'applications et aux partenaires stratégiques un accès à 1,5 million d'inscriptions d'affaires canadiennes vérifiées et régulièrement mises à jour.

Yellow Média est le propriétaire exclusif des marques de commerce Yellow Pages^{MC}, Pages Jaunes^{MC}, Walking Fingers & Design^{MC}, Canada411^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC} et Mediative^{MC} au Canada. Mediative est un fournisseur de solutions de marketing et de publicité numérique qui offre aux plus grands annonceurs et agences nationaux du pays une vaste gamme de solutions de marketing d'affichage, mobile et sur d'autres médias.

Contenu local riche et approfondi

Yellow Média détient l'une des plus grosses banques de données présentant des renseignements organisés sur les entreprises locales du pays, aidant les consommateurs à découvrir leur quartier. Nous restons déterminés à produire et à diffuser des renseignements de qualité sur les entreprises. Pour ce faire, nous solidifions actuellement les bases de notre banque de données existante en éliminant les inscriptions de marchands répétitives et qui ne sont pas à jour. Nous améliorons également l'exhaustivité de notre contenu en munissant nos équipes de service à la clientèle, de soutien numérique et de conseillers médias de nouveaux outils et de nouvelles technologies qui favorisent la collecte et la distribution en temps opportun de renseignements de qualité sur les marchands.

Relations solides avec les clients

L'effectif de vente de la Société se compose actuellement d'environ 1 100 personnes, y compris le personnel de soutien aux ventes. Cet imposant effectif, qui se consacre principalement à la vente directe, est divisé en différentes catégories de clients,

ce qui permet une relation privilégiée avec nos annonceurs. La Société a investi d'importantes sommes dans la formation de son effectif de vente, transformant ses conseillers médias en des conseillers en marketing numérique avisés. Nos conseillers médias rencontrent maintenant plus fréquemment leurs clients et ils favorisent plus activement l'acquisition et la rétention d'annonceurs. Ils sont également munis de technologies, de processus et d'outils de vente améliorés afin d'offrir aux annonceurs des campagnes de marketing numérique de plus grande valeur.

Employés dévoués et expérimentés

Malgré un contexte difficile, nos employés ont pris part aux initiatives nécessaires pour positionner et transformer la Société, et nous croyons qu'ils continueront à déployer les efforts requis pour atteindre nos objectifs communs. La Société a aligné son effectif sur les réalités de sa transformation numérique, transférant les ressources de ses activités traditionnelles à sa plateforme numérique. En 2013, plus de 200 professionnels des médias numériques et des technologies de l'information ont été embauchés. La Société a également continué de développer une solide culture du numérique, offrant des ressources, des outils et des programmes de formation en vue d'accroître les connaissances en matière de numérique et de faciliter la gestion du changement pour tous les aspects de l'organisation.

Culture et valeurs

La culture de notre organisation est axée sur le rendement. Cette culture est définie par toutes nos valeurs et influe sur notre attitude et nos actions, et nous incite à nous dépasser pour être les meilleurs. De cet accent sur le rendement découlent également les compétences et les talents que nous cherchons à attirer et à conserver. Tous nos employés doivent valoriser le travail d'équipe et être orientés vers nos clients. Ils doivent être intègres, respectueux et passionnés, tout en favorisant la communication ouverte. Nous croyons que notre culture et nos valeurs constituent la force motrice de notre organisation et qu'elles sont essentielles à notre réussite.

2. Résultats /

Cette section présente un aperçu de notre performance financière en 2013 par rapport à 2012 et à 2011. Nous présentons plusieurs mesures afin d'aider nos investisseurs à mieux comprendre notre rendement. Certaines de ces mesures ne sont pas définies 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 136 M\$, ou 12,3 %, par rapport à l'exercice précédent, pour s'établir à 971,8 M\$.
- Le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) a diminué de 153,3 M\$, ou 26,9 %, par rapport à l'exercice précédent, pour s'établir à 416,1 M\$.

Faits saillants

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

	Exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012
Produits	971 761 \$	1 107 715 \$
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) ¹	416 112 \$	569 380 \$
Bénéfice net (perte nette) ¹	176 530 \$	(1 962 054) \$
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ¹	6,34 \$	(70,95) \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	340 680 \$	238 573 \$
Flux de trésorerie disponibles ²	274 551 \$	198 338 \$

¹ Les chiffres de 2012 ont été révisés afin de refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2013. L'application rétrospective est exigée. Veuillez vous reporter à la note 2 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

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

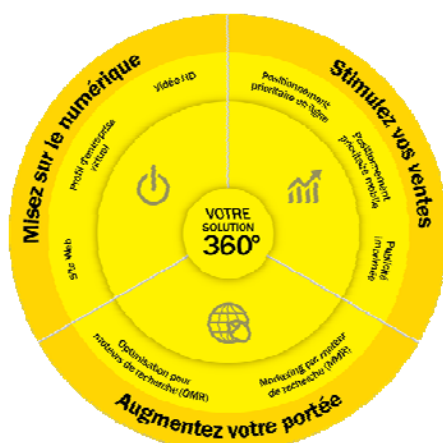
Déterminés à renforcer la position de Yellow Média à titre de chef de file en matière de médias numériques au Canada, nos priorités étaient de fournir aux annonceurs, en 2013 :

- La bonne valeur – mettre à la disposition de nos annonceurs des conseillers avisés qui leur fourniront des programmes de marketing offrant une valeur réelle;
- Les bons produits – offrir à nos annonceurs la gamme optimale de produits de marketing numérique en constante évolution;
- 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;
- Le bon bassin de consommateurs – permettre à nos annonceurs de cibler et de rejoindre des consommateurs locaux pertinents.

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 constitue un élément clé de notre transformation numérique et fait de la Société un chef de file canadien en matière de marketing numérique. Cette proposition de valeur unique donne accès aux annonceurs à une solution numérique complète, qui offre des produits et services comme le positionnement prioritaire en ligne et mobile, des solutions de moteurs de recherche, des sites Web ainsi que de la publicité imprimée, sur vidéo et sur les médias sociaux.

Au 31 décembre 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 27,1 % au sein de notre clientèle d'annonceurs, comparativement à 16,5 % au 31 décembre 2012.



Le positionnement prioritaire en ligne demeure la gamme de produits numériques de la Société présentant le plus haut taux de pénétration, celui-ci ayant augmenté pour s'établir à 47 % au 31 décembre 2013, comparativement à 35 % à la fin de la période correspondante de l'exercice précédent.

La publicité mobile demeure un important facteur de croissance pour GPJ, les Canadiens comptant de plus en plus sur leurs téléphones intelligents et leurs tablettes pour obtenir sur-le-champ de l'information de qualité sur les entreprises et les services dans leur quartier et aux alentours. Le positionnement prioritaire mobile permet aux annonceurs d'obtenir les meilleures positions sur les applications de recherche mobile de GPJ, qui ont actuellement été téléchargées plus de 6,5 millions de fois. Le positionnement prioritaire mobile demeure la gamme de produits numériques de la Société qui connaît la croissance la plus rapide, le taux

de pénétration chez les annonceurs ayant augmenté pour s'établir à 15 % au 31 décembre 2013, comparativement à 8 % à la fin de la période correspondante de 2012.

L'augmentation du taux de pénétration des produits de positionnement mobile et en ligne chez les annonceurs est attribuable à la mise en œuvre réussie de la stratégie de vente Solution 360° Pages Jaunes et aux efforts mis par la Société sur la migration des annonceurs des médias traditionnels vers des produits et services numériques. La même dynamique s'applique au taux de pénétration des services numériques [sites Web, optimisation pour moteurs de recherche (« OMR ») et marketing par moteur de recherche (« MMR »)] chez les annonceurs, lequel est passé de 6 % à l'exercice précédent à 9 % au 31 décembre 2013. Au cours du premier trimestre de 2013, Google a choisi GPJ à titre de Partenaire Premium Google AdWords^{MC} au Canada, solidifiant ainsi la réputation de GPJ comme créateur de valeur pour ses annonceurs grâce au MMR. Les partenaires du programme Partenaire Premium Google AdWords ne doivent pas seulement répondre aux normes d'excellence les plus élevées en matière de compétences, de formation et de service à la clientèle, mais ils doivent aussi avoir une connaissance approfondie du marketing de recherche locale ainsi que de l'expérience avec des PME dans ce secteur.

Taux de pénétration chez les annonceurs¹

	Aux 31 décembre	
	2013	2012
Médias imprimés	91,3 %	94,1 %
Médias numériques détenus et exploités²	61,2 %	60,8 %
Placement en ligne	47,1 %	34,5 %
Placement mobile	14,9 %	8 %
Services numériques³	8,7 %	6,5 %

¹ GPJ seulement, exclut Mediative 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 Pourcentage des annonceurs de GPJ qui achètent au moins un produit de gestion de sites Web, d'OMR et/ou de MMR.

L'augmentation de la clientèle d'annonceurs demeure un facteur important de croissance des produits. Au cours des douze derniers mois, GPJ a acquis environ 13 600 nouveaux annonceurs, comparativement à 11 900 pour la période de douze mois close le 30 septembre 2013 et à 16 500 pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a revu la structure de son groupe dédié aux acquisitions et a établi une stratégie d'acquisition plus ciblée. Actuellement en cours de mise en application dans tout le pays, cette stratégie d'acquisition est centrée sur l'accroissement du nombre d'annonceurs potentiels et de conversions grâce à la mise en œuvre d'initiatives visant à stimuler la demande, ainsi qu'à la création de centres d'appels entrants et sortants et d'un réseau national dédié de vente directe composé de conseillers médias spécialisés.

La Société a également lancé deux nouveaux types de forfaits, conçus exclusivement pour aider les annonceurs potentiels à acquérir une présence dans les médias numériques, à prix abordable :

- Le forfait Croissance affaires, qui fournit aux annonceurs un profil virtuel, un produit de positionnement prioritaire en ligne, un produit de positionnement prioritaire mobile et une annonce avec illustration à prix fixe;
- 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.

Nos plus récents sondages de la clientèle révèlent un taux de satisfaction plus élevé chez les clients de GPJ, en partie en raison d'une amélioration de la relation avec leur conseiller médias. Les conseillers médias de la Société rencontrent maintenant plus fréquemment leurs clients et ils ont accès aux bons outils pour promouvoir de manière efficace la valeur des produits et services de la Société. En 2013, la Société a rapatrié et relancé sa plateforme Pages Jaunes Analytique afin d'offrir une stabilité, une souplesse et une performance améliorées. Cette nouvelle plateforme établira les fondations qui permettront d'apporter d'autres améliorations en 2014, notamment une interface simplifiée pour l'utilisateur et des capacités d'analyse accrues pour chacun des produits et services numériques de la Société. La Société a amorcé le déploiement d'une nouvelle plateforme de gestion des relations avec la clientèle en 2013, laquelle établit les fondations pour l'amélioration des processus et des outils de vente et pour l'optimisation de tous les groupes de vente en 2014.

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

Au cours du quatrième trimestre de 2013, la Société a élargi la proposition de valeur qu'elle fait à ses clients en aidant ceux-ci à tirer parti du pouvoir des médias sociaux. GPJ est maintenant en mesure d'utiliser le contenu de base d'affaire de ses annonceurs, notamment l'emplacement, les coordonnées, les sites Web et les images, afin de générer et mettre à jour automatiquement des pages d'affaires Facebook® de base. Ce service de création de pages d'affaires Facebook® de base est actuellement intégré, sans frais supplémentaires, à la gamme existante de produits numériques Profil d'entreprise virtuel de GPJ. La Société monétisera davantage ses solutions de médias sociaux en 2014 par l'introduction de campagnes de marketing complètes et personnalisables sur les médias sociaux.

La Société a également lancé deux nouveaux produits numériques de première qualité en 2013 afin de soutenir les efforts de rétention et d'offrir une gamme plus vaste de produits numériques plus sophistiqués et personnalisés à ses plus gros clients :

- Avantage Numérique, qui établit et optimise la présence numérique d'une entreprise en déterminant les étapes nécessaires pour maximiser les occasions d'affaires prospectives au moyen de divers canaux numériques, tout en offrant le niveau le plus élevé de soutien et de service;
- Marketing par moteur de recherche – Rendez-vous, qui offre une campagne personnalisée de publicité par mots-clés incluant un accès unique à un expert spécialisé en MMR et des rapports de rendement approfondis.

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

L'augmentation de la satisfaction de la clientèle de GPJ découle également de l'amélioration du service à la clientèle et de l'exécution des commandes de produits numériques. En 2013, la Société a accru la formation de ses agents de service à la clientèle, augmenté les niveaux de service et réduit les délais d'exécution. La Société a également amélioré l'exécution des commandes de produits numériques en optimisant les processus de production de sites Web et en consolidant les systèmes de publication en ligne pour offrir une plus grande exactitude de publication.

La Société a continué de développer des plateformes qui favorisent l'exactitude et la pertinence du contenu, améliorent l'expérience des utilisateurs et procurent ainsi un meilleur rendement du capital investi à ses annonceurs. La Société a lancé l'outil de gestion des marchands en ligne au cours du deuxième trimestre de 2013, un outil qui attribue un identifiant de marchand unique à chaque entreprise au Canada. Cette technologie élimine les inscriptions dépassées et répétitives et assure qu'un contenu riche et exact sur nos annonceurs actuels et futurs soit disponible au moyen d'un seul profil d'entreprise. En 2013, en vue d'améliorer davantage son processus de collecte de contenu, la Société a également déployé des applications de saisie de contenu pour certaines de ses équipes de service à la clientèle, de soutien numérique et de conseillers médias. Ces applications permettent à nos équipes de vente et de soutien de recueillir des renseignements de qualité sur les entreprises et de les distribuer aux consommateurs de produits numériques en direct, pendant les réunions et les appels de vente.

La Société a également rapatrié et lancé un nouveau moteur de recherche mobile et en ligne au cours de l'exercice. Ce nouveau moteur de recherche fournit aux utilisateurs des résultats de recherche plus intéressants et pertinents, classant les résultats selon des critères comme la proximité de l'emplacement, le contenu sur l'entreprise, la popularité de l'entreprise et la qualité des avis. PagesJaunes.ca est 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.

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 rendement du capital investi par nos annonceurs dans leurs campagnes de marketing numérique.

Au 31 décembre 2013, nos applications de recherche mobile avaient été téléchargées plus de 6,5 millions de fois, comparativement à 5 millions de fois à la période correspondante de l'exercice précédent. Les applications de recherche mobile de GPJ ont continué de gagner la reconnaissance du secteur en 2013. L'application Pages Jaunes a été présentée par l'App Store comme l'une des 25 applications les plus téléchargées de tous les temps, tandis que ShopWise a été nommée la meilleure nouvelle application par la Local Search Association aux 2013 Industry Excellence Awards. La Société a continué d'élaborer du contenu mobile de grande qualité tout au long de l'exercice. Au cours du troisième trimestre de 2013, la Société a lancé une fonction de comparaison des prix de l'essence en temps réel sur son application mobile phare Pages Jaunes. Une application ShopWise pour les iPad a été lancée, de même qu'une nouvelle version de l'application mobile, afin d'aider les Canadiens à magasiner plus efficacement grâce à une expérience de consultation des circulaires sur support numérique et à des économies et des rabais géolocalisés plus faciles à trouver.

En 2013, une toute nouvelle stratégie de communication et de marketing a aussi été lancée afin de susciter l'intérêt des consommateurs, de regagner la notoriété de la marque Pages Jaunes et d'encourager le téléchargement et l'utilisation de l'application mobile Pages Jaunes. La Société a terminé une intense campagne publicitaire multimédias de six semaines à Toronto, du mois de juin au mois d'août 2013, ce qui positionne la marque Pages Jaunes comme le choix naturel pour trouver des renseignements locaux exacts sur le quartier où l'on vit. Cette campagne a été prolongée à l'automne 2013, ciblant plus de 260 000 personnes de la génération Y sur les campus universitaires à Montréal, à Toronto et à Vancouver. Ces initiatives de valorisation de la marque ont amélioré la perception du public de Pages Jaunes en tant que société axée sur le numérique, augmenté la pertinence de la marque et contribué à augmenter le nombre de téléchargements mobiles et de visites.

GPJ a également lancé, à Toronto, un nouvel événement et une initiative de sensibilisation appelée Magasine dans le quartier, conçus pour favoriser le magasinage local ainsi que la croissance et le succès des entreprises locales. On a demandé aux consommateurs de magasiner localement le 30 novembre 2013, une fin de semaine où les Canadiens magasinent habituellement aux États-Unis pour profiter des aubaines du Black Friday ou en ligne durant le Cyber Monday. L'événement a attiré plus de 1 800 entreprises locales de la région du Grand Toronto, qui ont offert plus de 2 000 occasions d'affaires et rabais exclusifs aux consommateurs par l'entremise de nos applications mobiles et en ligne. La campagne a également été soutenue par diverses associations locales, personnalités politiques de premier plan et célébrités.

Résultats opérationnels et financiers consolidés

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

Pour les exercices clos les 31 décembre

	2013	2012 ¹	2011 ^{1,2}
Produits	971 761 \$	1 107 715 \$	1 328 866 \$
Coûts opérationnels	555 649	538 335	650 254
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	416 112	569 380	678 612
Amortissements	60 164	104 293	160 906
Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles	–	3 267 847	2 900 000
Frais connexes à l'acquisition	–	–	7 743
Frais de restructuration et charges spéciales	23 338	44 923	26 142
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	332 610	(2 847 683)	(2 416 179)
Charges financières, montant net	93 357	155 968	136 605
Profit au règlement de la dette	–	(978 589)	–
Profit à la cession d'une filiale	–	–	(6 211)
Bénéfice (perte) avant dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2, impôt sur le résultat, dépréciation des participations dans des entreprises associées et bénéfices (pertes) lié(e)s à celles-ci	239 253	(2 025 062)	(2 546 573)
Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2	–	17 694	19 187
Bénéfice (perte) avant impôt sur le résultat, dépréciation des participations dans des entreprises associées et bénéfices (pertes) lié(e)s à celles-ci	239 253	(2 042 756)	(2 565 760)
Charge (économie) d'impôt sur le résultat	63 421	(78 809)	85 310
Dépréciation de la participation dans une entreprise associée, déduction faite de l'impôt sur le résultat	–	–	50 271
Bénéfices (pertes) lié(e)s aux participations dans des entreprises associées	698	1 893	(12 060)
Bénéfice net (perte nette) lié(e) aux activités poursuivies	176 530	(1 962 054)	(2 713 401)
Perte nette liée aux activités abandonnées, déduction faite de l'impôt sur le résultat	–	–	(120 877)
Bénéfice net (perte nette)	176 530 \$	(1 962 054) \$	(2 834 278) \$
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²			
Lié(e) aux activités poursuivies	6,34 \$	(70,95) \$	(97,85) \$
Total	6,34 \$	(70,95) \$	(102,32) \$
Bénéfice (perte) dilué(e) par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²			
Lié(e) aux activités poursuivies	5,46 \$	(70,95) \$	(97,85) \$
Total	5,46 \$	(70,95) \$	(102,32) \$
Total de l'actif	1 794 034 \$	1 756 476 \$	5 048 932 \$
Dette à long terme (y compris la tranche à court terme, en excluant les instruments d'emprunt convertibles)	647 468 \$	801 831 \$	1 613 231 \$
Instruments d'emprunt échangeables et convertibles	87 934 \$	86 667 \$	184 214 \$
Actions privilégiées de séries 1 et 2 (y compris la tranche à court terme)	– \$	– \$	398 886 \$

¹ Révisé afin de refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2013. L'application rétrospective est exigée. Veuillez vous reporter à la note 2 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

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 2011 et 2012 a été ajusté pour tenir compte de la restructuration du capital.

Analyse des résultats opérationnels et financiers consolidés

Les comptes consolidés de résultat de Yellow Média présentent les résultats retraités du secteur des solutions de médias numériques et traditionnels jusqu'au poste intitulé « Bénéfice net (perte nette) lié(e) aux activités poursuivies ». Les résultats des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne pour les secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant ont été présentés à titre d'activités abandonnées pour 2011.

Comparaison de l'exercice 2013 et de l'exercice 2012

Produits

Les produits ont diminué de 12,3 % pour s'établir à 971,8 M\$ en 2013, comparativement à 1 107,7 M\$ en 2012. Sur une base comparable, après ajustement pour tenir compte de l'abandon des activités liées aux annuaires de Canpages en 2012, les produits ont diminué de 10,7 % en 2013. Les produits subissent toujours l'incidence défavorable de la baisse des produits tirés des médias imprimés, les gros annonceurs ayant réduit leurs dépenses de publicité imprimée, ainsi que de la baisse du nombre d'annonceurs parmi la clientèle de plus petits annonceurs dont les dépenses sont limitées.

Les produits tirés des médias numériques se sont élevés à 406,3 M\$ en 2013, soit une croissance de 10,6 %. Sur une base comparable, après ajustement pour tenir compte de l'abandon des activités liées aux annuaires de Canpages en 2012, les produits tirés des médias numériques ont augmenté de 12,5 % en 2013 par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Au quatrième trimestre de 2013, les produits tirés des médias numériques représentaient 45,1 % du total des produits, soit une hausse comparativement à 37,7 % à la période correspondante de 2012.

La croissance des produits tirés des médias numériques découle toujours de la migration en cours des annonceurs des médias traditionnels aux produits et services numériques et de l'adoption continue de la Solution 360° Pages Jaunes^{MC} dans les canaux de vente de GPJ. Ces facteurs ont également donné lieu à une amélioration des unités génératrices de produits¹ (« UGP ») par annonceur, qui sont passées de 1,74 au 31 décembre 2012 à 1,81 au 31 décembre 2013.

Au 31 décembre 2013, la Société comptait 276 000 annonceurs, comparativement à 309 000 à la période correspondante de l'exercice précédent. Le taux de renouvellement de la part des annonceurs a diminué, passant de 86 % à l'exercice précédent à 85 % pour la période de douze mois close le 31 décembre 2013. Au cours des douze derniers mois, GPJ a attiré environ 13 600 nouveaux annonceurs, comparativement à 16 500 pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'acquisition d'annonceurs s'est légèrement améliorée par rapport à la période de douze mois close le 30 septembre 2013, où 11 900 nouveaux annonceurs avaient été acquis. La Société poursuivra le déploiement de sa stratégie d'acquisition révisée dans tout le pays ainsi que la mise en œuvre de programmes, de processus et de technologies afin de rejoindre et d'attirer de nouveaux annonceurs, d'améliorer la façon de cultiver les liens avec les annonceurs potentiels et d'augmenter le nombre de conversions.

Acquisition d'annonceurs et renouvellement des contrats

	Pour les exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012
Nombre d'annonceurs ²	276 000	309 000
Taux de renouvellement des contrats par les clients ³	85 %	86 %
Nouveaux annonceurs ²	13 600	16 500

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2013, 81 % des annonceurs qui ont renouvelé leur contrat³ a augmenté ou maintenu le niveau de ses dépenses, comparativement à 82 % en 2012. Les annonceurs ayant diminué leurs dépenses sont essentiellement de gros annonceurs et ils représentaient environ 44 % des produits de GPJ pour l'exercice clos le 31 décembre 2013. Ainsi, la Société continuera d'offrir à ces clients une meilleure exécution de leurs campagnes de marketing et leur donnant accès à des solutions numériques de première qualité.

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

² Exclut l'apport de Mur à Mur et de Canpages.

³ Annonceurs de GPJ seulement, en excluant l'incidence des annonceurs de Mediative, de Canpages et de Mur à Mur.

Variation des dépenses

	Pour les exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012
Chez les annonceurs qui ont renouvelé leur contrat¹		
Augmentation des dépenses²		
Distribution des annonceurs	26 %	51 %
% des produits	29 %	40 %
Dépenses stables³		
Distribution des annonceurs	55 %	31 %
% des produits	27 %	16 %
Diminution des dépenses⁴		
Distribution des annonceurs	19 %	18 %
% des produits	44 %	44 %
Produits moyens par annonceur⁵	3 259 \$	3 260 \$

¹ Annonceurs de GPJ seulement, en excluant l'incidence des annonceurs de Mediative, de Canpages et de Mur à Mur.

² 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.

³ 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.

⁴ Annonceurs de GPJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une diminution des dépenses d'un exercice à l'autre.

⁵ Exclut l'apport de Canpages et de Mur à Mur.

Indicateurs opérationnels

	Aux 31 décembre	
	2013	2012
Taux de pénétration de Solution 360° Pages Jaunes ⁶	27,1 %	16,5 %
UGP par annonceur ⁶	1,81	1,74
Annonceurs recourant exclusivement aux médias numériques ⁶	23 900	18 000
Produits tirés des médias numériques (en milliers de dollars canadiens) ⁷	406 311 \$	367 236 \$

⁶ Annonceurs de GPJ seulement, en excluant l'incidence des annonceurs de Mediative et de Mur à Mur.

⁷ Pour les exercices clos les 31 décembre.

BAIIA

Le BAIIA a diminué de 153,3 M\$ pour s'établir à 416,1 M\$ en 2013, comparativement à 569,4 M\$ en 2012. La diminution du BAIIA est 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, combinée à une baisse de la marge sur BAIIA. Notre marge sur BAIIA pour 2013 s'est établie à 42,8 %, comparativement à 51,4 % pour 2012. En plus de la diminution des produits, les modifications de la composition des produits, les investissements dans la transformation des activités et les charges liées aux employés ont principalement contribué à la diminution de la marge sur BAIIA. Au cours de l'exercice, nous avons également comptabilisé des provisions liées à des avis de cotisation pour les taxes de vente.

Le coût des produits vendus a diminué de 20,2 M\$ pour s'établir à 318,6 M\$ pour 2013, comparativement à 338,8 M\$ pour 2012. La diminution pour l'exercice découle essentiellement de la diminution des coûts des produits vendus liée à la baisse des produits et de la diminution des coûts de fabrication liée à la baisse des produits tirés des médias imprimés. Ces économies de coûts ont été en partie contrebalancées par une augmentation des coûts liés à la prestation et à l'exécution de nos services numériques.

Pour 2013, la marge brute a diminué pour s'établir à 67,2 %, comparativement à 69,4 % pour 2012. Cette baisse s'explique principalement 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 37,5 M\$ pour s'établir à 237 M\$ en 2013, comparativement à 199,5 M\$ pour 2012. L'augmentation pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 est imputable à la hausse des charges liées aux employés, aux investissements dans la valorisation de la marque tandis que nous avons poursuivi notre campagne publicitaire Redécouvrez la vie de quartier, à des provisions non récurrentes relatives à des avis de cotisation pour les taxes de vente et à un avantage sans effet de trésorerie plus faible qui découle de la modification des régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi de nos employés. Ces facteurs ont été compensés en partie par la diminution des créances douteuses.

Amortissements

Les amortissements ont diminué, passant de 104,3 M\$ à 60,2 M\$ en 2013. 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 de certaines immobilisations corporelles et incorporelles était moins élevé en 2013 en raison de la dépréciation de 300 M\$ comptabilisée au quatrième trimestre de 2012.

Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles

Au cours du premier trimestre de 2012, des indicateurs selon lesquels les actifs de la Société pourraient avoir subi une dépréciation ont été repérés, ce qui a entraîné la nécessité pour la Société d'effectuer un test de dépréciation. De plus, par suite de la clôture de la restructuration du capital au quatrième trimestre de 2012 et de l'émission de nouveaux titres d'emprunt, de nouvelles actions et de nouveaux bons de souscription d'actions, dans le cadre de la restructuration du capital de même que dans le cadre de son test de dépréciation annuel, la Société a déterminé que la recouvrabilité de certains de ses actifs devait être examinée pour évaluer s'ils avaient subi une dépréciation. En conséquence, nous avons comptabilisé des charges de 3 267,8 M\$ en 2012 relativement à la dépréciation du goodwill et de certaines de nos immobilisations incorporelles et de nos immobilisations corporelles. Aucune charge de la sorte n'a été comptabilisée au cours de 2013.

Frais de restructuration et charges spéciales

En 2013, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et charges spéciales de 23,3 M\$ qui étaient associés à une réduction de la main-d'œuvre d'environ 300 employés, à la résiliation et à la renégociation de certaines obligations contractuelles ainsi qu'au départ de l'ancien président et chef de la direction. Comme il a été annoncé le 21 mars 2013, Marc P. Tellier a quitté son poste de chef de la direction le 15 août 2013 et il avait droit à une rémunération aux termes de son accord de séparation conclu le 20 mars 2013. En 2012, nous avons engagé des coûts de 44,9 M\$ associés à une réduction de la main-d'œuvre, au déplacement de certains centres d'excellence ainsi qu'à la résiliation et à la renégociation de certaines obligations contractuelles.

Charges financières

Les charges financières ont diminué de 62,6 M\$ pour s'établir à 93,4 M\$ au cours de 2013, comparativement à 156 M\$ pour 2012. Cette diminution pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 s'explique essentiellement par un plus faible niveau d'endettement et des coûts de financement différés moins élevés par suite de l'opération de restructuration du capital de décembre 2012. En 2013, nous avons engagé des intérêts sur la dette à long terme de 79 M\$ et des coûts de financement différés de 0,1 M\$, comparativement à des intérêts sur la dette à long terme de 119,3 M\$ et des coûts de financement différés de 8,4 M\$ pour l'exercice précédent. Au cours de l'exercice, la Société a acheté sur le marché libre 8 M\$ de billets garantis de premier rang pour une contrepartie en espèces totale de 8,3 M\$ et a exercé son option de rachat visant 27 M\$ de billets garantis de premier rang, pour une contrepartie en espèces totale de 28,4 M\$. Une perte totale de 1,7 M\$ a été comptabilisée en résultat net au titre des charges financières. En 2012, nous avons engagé une charge de 18,5 M\$ relativement à une option à l'égard de notre participation dans une entreprise associée. Aucune charge de la sorte n'a été comptabilisée en 2013. Aux 31 décembre 2013 et 2012, le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'établissait à 9,1 %.

Profit au règlement de la dette

Au cours du quatrième trimestre de 2012, nous avons comptabilisé un profit de 978,6 M\$ au règlement de la dette dans le cadre de la restructuration du capital, déduction faite des frais connexes de 69,5 M\$, de la radiation des coûts de financement différés de 16,3 M\$, des profits différés de 5,5 M\$, d'une composante capitaux propres de 7,2 M\$ et d'une composante dérivée de 0,6 M\$ associée à nos anciens instruments d'emprunt.

Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2

Les dividendes sur les deux séries d'actions privilégiées rachetables se sont élevés à 17,7 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 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 26,46 % et à 26,31 % pour les exercices clos les 31 décembre 2013 et 2012, respectivement. La Société a comptabilisé une charge de 63,4 M\$ pour l'exercice, comparativement à une économie de 78,8 M\$ en 2012. La Société a comptabilisé une charge d'impôt de 26,51 % sur le bénéfice pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

La Société a inscrit une économie d'impôt de 3,9 % au titre de la perte pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi en 2012 s'explique par un profit au règlement de la dette, contrebalancé par les pertes en capital non comptabilisées sur les participations de filiales, ainsi que par une charge pour dépréciation de 3 267,8 M\$, laquelle n'est pas entièrement déductible aux fins de l'impôt. N'eussent été ces éléments, le taux d'imposition effectif en 2012 aurait été conforme au taux prévu par la loi.

Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées

Au cours de 2013, nous avons comptabilisé un bénéfice lié à notre participation dans une entreprise associée de 0,7 M\$, comparativement à 1,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. 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\$ en 2012 par suite de la réévaluation de ce placement. Nos bénéfices liés à nos participations dans des entreprises associées comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles relatif à ces placements en titres de capitaux propres.

Bénéfice net (perte nette)

En 2013, nous avons comptabilisé un bénéfice net de 176,5 M\$, comparativement à une perte nette de 1 962,1 M\$ en 2012. L'augmentation du bénéfice est essentiellement attribuable à la dépréciation du goodwill et de certaines immobilisations incorporelles et immobilisations corporelles de 3 267,8 M\$ comptabilisée en 2012, compensée par le profit au règlement de la dette de 978,6 M\$ comptabilisé en 2012, la baisse des amortissements de 44,1 M\$, la baisse des frais de restructuration et charges spéciales de 21,6 M\$ et la baisse des charges financières de 62,6 M\$, facteurs contrebalancés en partie par une hausse de la charge d'impôt de 142,2 M\$ et la baisse du BAIIA de 153,3 M\$.

Comparaison de l'exercice 2012 et de l'exercice 2011

Produits

Les produits ont diminué de 16,6 % pour s'établir à 1 107,7 M\$ pour 2013, comparativement à 1 328,9 M\$ pour 2011. Sur une base comparable, les produits ont diminué de 11,9 % en 2012. La diminution pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 est imputable à la baisse des produits tirés des médias imprimés, qui s'explique principalement par la diminution des dépenses de publicité de nos gros annonceurs, ainsi qu'à la baisse du nombre d'annonceurs. Une tranche de 18 % de nos annonceurs qui ont renouvelé leur contrat¹ a diminué ses dépenses au cours de la période de douze mois close le 31 décembre 2012, soit un résultat inchangé par rapport à 2011. Les annonceurs qui ont diminué leurs dépenses sont principalement de gros annonceurs. Toutefois, 51 % de nos annonceurs qui ont renouvelé leur contrat¹ ont accru leurs dépenses au cours de la période de douze mois close le 31 décembre 2012, comparativement à 43 % pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Au 31 décembre 2012, le nombre d'annonceurs, à l'exclusion des annonceurs de Canpages, s'établissait à 309 000, comparativement à 340 000 au 31 décembre 2011, ce qui correspond à une baisse de 9,1 %. Au cours de la période de douze mois close le 31 décembre 2012, GPJ a acquis environ 17 300 nouveaux annonceurs, contre 23 000 nouveaux annonceurs pour la période de douze mois close le 31 décembre 2011. Les renouvellements de la part des annonceurs ont reculé, s'établissant à 86 % au 31 décembre 2012, comparativement à 87 % au 31 décembre 2011.

Les produits tirés des médias numériques se sont élevés à 367,2 M\$ en 2012, soit une croissance de 6,1 %. Si l'on exclut l'incidence des activités de Canpages, de LesPAC, de Promo du jour et de YPG (États-Unis), les produits tirés des médias numériques ont augmenté de 15,7 % en 2012, par rapport à 2011. Au 31 décembre 2012, la proportion d'annonceurs ayant choisi d'annoncer à la fois dans les annuaires imprimés et en ligne était de 61,4 % pour tout le Canada, contre 63,4 % pour la période correspondante de 2011. À la fin du quatrième trimestre de 2012, le nombre d'annonceurs recourant exclusivement aux médias numériques s'est établi à environ 18 000, comparativement à environ 13 000 au 31 décembre 2011. Notre réseau de sites Web a attiré en moyenne 9 millions de visiteurs uniques non dupliqués² au cours du quatrième trimestre de 2012, ce qui représente 32,3 %² des internautes au Canada.

Au 31 décembre 2012, 35 % de nos annonceurs avaient acheté un produit de positionnement en ligne, comparativement à 19 % en 2011. De plus, une tranche de 8 % avait acheté un produit de positionnement mobile, comparativement à 1 % en 2011. Au 31 décembre 2012, nos UGP par annonceur ont augmenté pour s'établir à 1,74, comparativement à 1,68 pour la période correspondante de l'exercice précédent.

BAIIA

Le BAIIA a diminué de 109,2 M\$ pour s'établir à 569,4 M\$ pour 2012, comparativement à 678,6 M\$ pour 2011. La diminution du BAIIA est essentiellement imputable à la pression exercée sur les produits tirés des médias imprimés, puisque nos nouveaux produits numériques n'ont pas compensé la perte de produits tirés des médias imprimés. Notre marge sur BAIIA pour 2012 s'est établie à 51,4 %, comparativement à 51,1 % pour la période correspondante de 2011. La diminution des produits a été compensée par la baisse des créances douteuses et par les mesures générales de contrôle des coûts.

Le coût des produits vendus a diminué de 54,2 M\$ pour s'établir à 338,8 M\$ en 2012, comparativement à 393 M\$ en 2011. La diminution pour l'exercice découle essentiellement de la baisse des coûts des produits vendus à l'égard de Canpages étant donné la migration de cette entreprise au sein de GPJ. Nous avons également engagé des coûts liés à la vente et des coûts de fabrication moins élevés en raison de la diminution des produits tirés des produits imprimés et des taux réduits à la suite de la renégociation des contrats de chaîne d'approvisionnement au troisième trimestre de 2012.

¹ Annonceurs de GPJ seulement, en excluant l'incidence des annonceurs de Mediative et de Mur à Mur.

² Source : comScore Media Metrix Canada.

Pour 2012, la marge brute a diminué pour s'établir à 69,4 %, comparativement à 70,4 % pour 2011. Cette baisse s'explique par une modification de la composition des produits, qui inclut des marges plus faibles associées à certains de nos services en ligne, notamment des sites Web, l'OMR et le MMR.

Les frais généraux et d'administration ont diminué de 57,7 M\$ pour s'établir à 199,5 M\$ en 2012, comparativement à 257,2 M\$ pour 2011. La migration de Canpages au sein de GPJ a contribué à réduire les coûts de 14 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. La diminution pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 est également attribuable à la réduction des créances douteuses d'environ 21 M\$ et aux mesures générales de contrôle des coûts, notamment des modifications aux régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi de nos employés, dont un avantage sans effet de trésorerie de 13,3 M\$.

Amortissements

Les amortissements ont diminué, passant de 160,9 M\$ à 104,3 M\$ en 2012. 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 2011.

Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles

Au cours du premier trimestre de 2012, des indicateurs selon lesquels les actifs de la Société pourraient avoir subi une dépréciation ont été repérés, ce qui a entraîné la nécessité pour la Société d'effectuer un test de dépréciation. Suite à la clôture de la restructuration du capital au quatrième trimestre de 2012 et de l'émission de nouveaux titres d'emprunt, de nouvelles actions et de nouveaux bons de souscription d'actions, dans le cadre de la restructuration du capital de même que dans le cadre de son test de dépréciation annuel, la Société a déterminé que la recouvrabilité de certains de ses actifs devait être examinée pour évaluer s'ils avaient subi une dépréciation. En conséquence, nous avons comptabilisé des charges de 3 267,8 M\$ en 2012 relativement à la dépréciation du goodwill et de certaines de nos immobilisations incorporelles et de nos immobilisations corporelles.

En 2011, nous avons comptabilisé une charge de 2 900 M\$ relativement à la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles. Les charges pour dépréciation n'ont pas eu d'incidence sur les activités de la Société, ses liquidités, ses flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles, ni ses actes relatifs aux billets.

Frais connexes à l'acquisition

Nous avons engagé des frais de 7,7 M\$ en 2011 relativement à des investissements potentiels. En 2012, nous n'avons engagé aucuns frais de la sorte.

Frais de restructuration et charges spéciales

En 2012, nous avons engagé des coûts de 44,9 M\$ associés à une réduction de la main-d'œuvre, au déplacement de certains centres d'excellence ainsi qu'à la résiliation et à la renégociation de certaines obligations contractuelles. En 2011, nous avons engagé des coûts de 26,1 M\$, qui étaient associés à une réduction de la main-d'œuvre ainsi qu'à la résiliation de certaines obligations contractuelles suite à la création de centres d'excellence et à l'élimination des publications imprimées de la division Canpages.

Charges financières

Les charges financières ont augmenté de 19,4 M\$ pour s'établir à 156 M\$ en 2012, comparativement à 136,6 M\$ en 2011. Cette augmentation s'explique essentiellement par un profit de 38,8 M\$ sur le rachat d'actions privilégiées de séries 1 et 2 et de billets à moyen terme comptabilisé pour l'exercice clos le 31 décembre 2011. Si nous excluons ce profit, les charges financières ont diminué de 19,5 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour l'exercice s'explique surtout par une diminution des charges d'intérêts et une baisse de l'amortissement des coûts de financement différés. La diminution des charges d'intérêts est attribuable à la baisse du niveau d'endettement découlant des activités de rachat de billets à moyen terme et du remboursement des emprunts liés au papier commercial, ainsi que des remboursements en vertu de la facilité de crédit en 2011 et en 2012. L'incidence positive de la diminution des niveaux d'endettement sur la charge d'intérêts a été en partie contrebalancée par la hausse des coûts d'emprunt découlant de l'abaissement de nos cotes de solvabilité. La diminution des charges d'intérêts a été contrebalancée en partie par la hausse des charges liées aux instruments financiers dérivés de 18,5 M\$ en 2012, comparativement à 12,5 M\$ en 2011. La charge de 2012 s'explique par une option relative à notre placement dans une entreprise associée alors que la charge de 2011 s'explique principalement par le règlement d'un swap sur rendement total. Au 31 décembre 2012, le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'est établi à 9,1 % à la suite de la mise en œuvre de la restructuration du capital, comparativement à 6,2 % au 31 décembre 2011.

Profit au règlement de la dette

En 2012, nous avons comptabilisé un profit net de 978,6 M\$ au règlement de la dette dans le cadre de la 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 17,7 M\$ pour 2012, comparativement à 19,2 M\$ pour la période correspondante de 2011. La diminution pour l'exercice découle de la baisse du nombre d'actions privilégiées découlant de rachats d'actions dans le cadre d'offres publiques de rachat dans le cours normal des activités en 2011.

Le 9 février 2012, la Société a annoncé qu'elle avait interrompu le paiement de dividendes sur les actions privilégiées de séries 1 et 2. En raison de la nature des instruments sous-jacents, la Société a continué de comptabiliser les dividendes impayés sur les actions privilégiées de séries 1 et 2.

Charge d'impôt sur le résultat

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 26,3 % et à 27,9 % pour les exercices clos les 31 décembre 2012 et 2011, respectivement. La Société a comptabilisé une économie de 78,8 M\$ pour l'exercice, comparativement à une charge de 85,3 M\$ en 2011. La Société a inscrit une économie d'impôt de 3,9 % au titre de la perte pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi en 2012 s'explique par le profit au règlement de la dette, contrebalancé par les pertes en capital non comptabilisées sur les participations de filiales, ainsi que par une charge pour dépréciation de 3 267,8 M\$, laquelle n'était pas entièrement déductible aux fins de l'impôt. N'eussent été ces éléments, le taux d'imposition effectif en 2012 aurait été conforme au taux prévu par la loi.

La Société a comptabilisé une charge d'impôt de 3,3 % au titre de la perte pour l'exercice clos le 31 décembre 2011. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi en 2011 s'explique par la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles de 2 900 M\$, laquelle n'est pas entièrement déductible aux fins de l'impôt, ainsi que par le fait que certaines charges n'étaient pas déductibles aux fins de l'impôt, notamment la dépréciation de notre participation dans Ziplocal, LP (« Ziplocal »).

Dépréciation de la participation dans une entreprise associée

En 2011, Ziplocal était en défaut à l'égard de ses dettes et avait entrepris d'importantes initiatives de restructuration. Par conséquent, la Société a déterminé que sa participation dans Ziplocal avait subi une perte de valeur et a comptabilisé une perte nette de 50,3 M\$ au deuxième trimestre de 2011, ce qui a ramené à néant sa participation nette dans Ziplocal.

Bénéfices (pertes) lié(e)s aux participations dans des entreprises associées

En 2012, nous avons comptabilisé un bénéfice lié à notre participation dans une entreprise associée, lequel s'élève à 1,9 M\$ et comprend un profit de 2,1 M\$ relativement à la réévaluation de notre placement dans Acquisio. Depuis le 1^{er} janvier 2012, nous ne comptabilisons plus notre participation dans Acquisio selon la méthode de la mise en équivalence. Nos (bénéfices) pertes lié(e)s aux participations dans des entreprises associées comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles acquises relatif à ces placements en titres de capitaux propres. En 2011, nous avons comptabilisé notre quote-part des pertes liées à nos participations dans des entreprises associées, laquelle s'élevait à 12,1 M\$ et comprenait notre quote-part des pertes liées à notre participation dans Ziplocal de 10,6 M\$. Aucune quote-part des pertes liées à notre participation dans Ziplocal n'a été comptabilisée en 2012, car cette participation a été radiée, tel qu'il est expliqué ci-dessus.

Perte nette liée aux activités abandonnées

Le 25 mars 2011, Yellow Média a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente de la Société Trader. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011. Les activités relatives à l'immobilier ainsi que celles du site Web LesPAC ont été exclues du désinvestissement. Nous avons donc reclassé les résultats des médias verticaux des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant dans les activités abandonnées.

Les résultats des activités abandonnées liées aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant comprennent des produits de 148,1 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2011.

Le BAIIA lié aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant s'est établi à 34,7 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2011. La perte nette liée aux activités abandonnées s'est chiffrée à 120,9 M\$ en 2011. Ce montant comprend une perte à la cession de 134,3 M\$, déduction faite de l'impôt sur le résultat, pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, ce qui représente la différence entre la juste valeur, déduction faite des coûts liés à la vente, et la valeur comptable de l'actif net vendu.

Perte nette

En 2012, la perte nette a diminué pour s'établir à 1 962,1 M\$, comparativement à 2 834,3 M\$ en 2011. La diminution de la perte nette de 872,2 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 est principalement attribuable au profit au règlement de la dette de 978,6 M\$ comptabilisé dans le cadre de la restructuration du capital, à une baisse des amortissements de 56,6 M\$, à une baisse de la charge d'impôt de 164,1 M\$, à la dépréciation de notre participation dans Ziplocal de 50,3 M\$ et à la perte liée à la cession de la Société Trader de 120,9 M\$ en 2011, facteurs contrebalancés par une baisse du BAIIA de 109,2 M\$, par une hausse de la charge pour dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et de certaines immobilisations corporelles de 367,8 M\$, par des frais de restructuration et charges spéciales de 18,8 M\$ et par des charges financières de 19,4 M\$.

Sommaire des résultats consolidés trimestriels

Résultats trimestriels

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

	2013				2012 ¹			
	T4	T3	T2	T1	T4	T3	T2	T1
Produits	237 951 \$	237 350 \$	243 183 \$	253 277 \$	264 447 \$	267 711 \$	286 484 \$	289 073 \$
Coûts opérationnels	146 698	135 203	135 949	137 799	122 770	129 821	141 545	144 199
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	91 253	102 147	107 234	115 478	141 677	137 890	144 939	144 874
Marge sur BAIIA	38,3 %	43 %	44,1 %	45,6 %	53,6 %	51,5 %	50,6 %	50,1 %
Amortissements	16 106	15 589	14 779	13 690	23 395	26 597	24 220	30 081
Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles	–	–	–	–	300 000	–	–	2 967 847
Frais de restructuration et charges spéciales	13 134	4 011	–	6 193	18 111	26 812	–	–
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	62 013	82 547	92 455	95 595	(199 829)	84 481	120 719	(2 853 054)
Profit (perte) au règlement de la dette ²	–	–	–	–	(994 894)	10 818	5 487	–
Bénéfice net (perte nette)	30 964	41 775	50 326	53 465	821 850	22 236	65 681	(2 871 821)
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	1,11 \$	1,51 \$	1,81 \$	1,91 \$	29,24 \$	0,59 \$	2,15 \$	(102,93) \$
Bénéfice (perte) dilué(e) par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires ²	0,97 \$	1,30 \$	1,55 \$	1,64 \$	28,50 \$	0,59 \$	2,15 \$	(102,93) \$

¹ Révisé afin de refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2013. L'application rétrospective est exigée. Veuillez vous reporter à la note 2 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

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 2012 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. Les produits pour le quatrième trimestre de 2013 ont légèrement augmenté par rapport au trimestre précédent, en raison de produits non récurrents ainsi que de la hausse des produits de Mediative liée à la période de magasinage des Fêtes.

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 et aux premier et deuxième trimestres de 2013, nous avons comptabilisé des avantages sans effet de trésorerie de 13,3 M\$, de 2,6 M\$ et de 4,6 M\$, respectivement, liés aux modifications à nos régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi. Notre marge sur BAIIA a diminué tout au long de 2013, ce qui s'explique principalement par la diminution des produits tirés des médias imprimés, la perte sur marge imputable à une modification de la composition des produits, les investissements effectués en vue d'accélérer la transformation de nos activités et les charges liées aux employés. Les résultats du quatrième trimestre de 2013 ont également été négativement touchés par les provisions relatives à un litige et à un avis de cotisation pour les taxes de vente.

Les réductions de la main-d'œuvre et les initiatives de contrôle des coûts ont donné lieu à des frais de restructuration et charges spéciales qui ont eu une incidence sur certains de nos résultats trimestriels présentés ci-dessus. Les amortissements des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages ont eu une incidence sur le bénéfice net (la perte nette) en 2012. La diminution des amortissements 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.

Pendant les premier et quatrième trimestres de 2012, nous avons comptabilisé des charges pour dépréciation de 2 967,8 M\$ et de 300 M\$, respectivement, relativement au goodwill et à certaines de nos immobilisations incorporelles et corporelles.

Au cours du quatrième trimestre de 2012, nous avons comptabilisé un profit de 978,6 M\$ au règlement de la dette dans le cadre de la restructuration du capital, déduction faite des frais connexes de 69,5 M\$, de la radiation des coûts de financement différés de 16,3 M\$, des profits différés de 5,5 M\$, d'une composante capitaux propres de 7,2 M\$ et d'une composante dérivée de 0,6 M\$ associée à nos anciens instruments d'emprunt. 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 2013.

Analyse des résultats du quatrième trimestre de 2013

Produits

Au cours du quatrième trimestre de 2013, les produits ont diminué pour se chiffrer à 238 M\$, contre 264,4 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution des produits au cours du trimestre est imputable à la baisse des produits provenant des médias imprimés, les gros annonceurs ayant réduit leurs dépenses de publicité imprimée, et à la baisse du nombre d'annonceurs parmi la clientèle de plus petits annonceurs dont les dépenses sont limitées.

Les produits tirés des médias numériques pour le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2013 ont augmenté de 7,7 % pour atteindre 107,4 M\$, comparativement à 99,7 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La croissance des produits tirés des médias numériques découle toujours de la migration active des annonceurs des médias traditionnels aux produits et services numériques et de l'adoption continue de la Solution 360° Pages Jaunes^{MC} dans les groupes de vente de GPJ.

BAIIA

Le BAIIA a diminué de 50,4 M\$ pour s'établir à 91,3 M\$ au quatrième trimestre de 2013, comparativement à 141,7 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution du BAIIA est 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, combinée à une baisse de la marge sur BAIIA. Notre marge sur BAIIA pour le quatrième trimestre de 2013 s'est établie à 38,3 %, comparativement à 53,6 % pour la période correspondante de 2012. En plus de la diminution des produits, la pression exercée sur la marge sur BAIIA découle principalement d'une modification de la composition des produits ainsi que des investissements nécessaires pour faire progresser la transformation numérique de la Société. Nous avons également comptabilisé une provision relative à un litige et à un avis de cotisation pour les taxes de vente. Les résultats du quatrième trimestre de 2012 comprennent des avantages sans effet de trésorerie d'environ 13,3 M\$ qui découlent de la modification des régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi de nos employés. En excluant les éléments non récurrents susmentionnés, notre marge sur BAIIA pour le quatrième trimestre de 2013 a diminué pour s'établir à 41,2 %, comparativement à 48 % pour la période correspondante de l'exercice précédent, sur la même base.

Le coût des produits vendus a diminué de 3,7 M\$ pour s'établir à 80,9 M\$ au quatrième trimestre de 2013, comparativement à 84,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre découle essentiellement de la diminution des coûts des produits vendus liée à la baisse des produits et de la diminution des coûts de fabrication liée à la baisse des produits tirés des médias imprimés. Ces économies de coûts ont été en partie contrebalancées par une augmentation des coûts liés à la prestation et à l'exécution de nos services numériques.

Au quatrième trimestre de 2013, la marge brute a diminué pour s'établir à 66 %, comparativement à 68 % au quatrième trimestre de 2012. Cette baisse s'explique par une modification de la composition des produits, qui inclut des marges plus faibles associées à certains de nos nouveaux services en ligne, qui offrent des sites Web, l'OMR et le MMR.

Pour le trimestre clos le 31 décembre 2013, les frais généraux et d'administration ont augmenté de 27,6 M\$ pour s'établir à 65,8 M\$, comparativement à 38,2 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation pour le trimestre clos le 31 décembre 2013 est imputable à un avantage sans effet de trésorerie plus faible qui découle de la modification des régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi de nos employés, à des provisions non récurrentes relatives à un litige et à un avis de cotisation pour les taxes de vente, ainsi qu'aux charges liées aux employés.

Amortissements

Les amortissements ont diminué pour se chiffrer à 16,1 M\$ au quatrième trimestre de 2013, alors qu'ils s'étaient établis à 23,4 M\$ au quatrième trimestre de 2012. 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 de certaines immobilisations corporelles et incorporelles était moins élevé en 2013 en raison de la dépréciation de 300 M\$ comptabilisée au quatrième trimestre de 2012.

Dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles

Au cours du quatrième 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. Suite au test de dépréciation, nous avons comptabilisé une charge pour dépréciation de 300 M\$ au quatrième trimestre de 2012 relativement à certaines de nos immobilisations incorporelles et de nos immobilisations corporelles. Aucune charge de la sorte n'a été comptabilisée au quatrième trimestre de 2013.

Frais de restructuration et charges spéciales

Au cours du quatrième trimestre de 2013, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et charges spéciales de 13,1 M\$, comparativement à 18,1 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. Les charges du quatrième trimestre de 2013 ont trait à une réduction de la main-d'œuvre ainsi qu'à la résiliation et à la renégociation de certaines obligations contractuelles. Afin de faire progresser encore notre transformation numérique, nous avons éliminé environ 300 postes dans l'ensemble de nos bureaux, principalement dans des domaines relatifs à nos activités liées aux médias traditionnels et imprimés, mais également certaines fonctions de soutien. Les charges du quatrième trimestre de 2012 étaient associées à une réinstallation de la main-d'œuvre, à une réduction de la main-d'œuvre ainsi qu'à la résiliation et à la renégociation de certaines obligations contractuelles.

Charges financières

Les charges financières ont diminué de 27,6 M\$ pour s'établir à 24 M\$ pour le trimestre clos le 31 décembre 2013, comparativement à 51,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Cette diminution s'explique essentiellement par un plus faible niveau d'endettement et des coûts de financement différés moins élevés au quatrième trimestre de 2013, par suite de l'opération de restructuration du capital de décembre 2012. Au quatrième trimestre de 2012, nous avons engagé une charge liée aux dérivés de 18,5 M\$ relativement à une option à l'égard de notre participation dans une entreprise associée. Aucune charge de la sorte n'a été comptabilisée au quatrième trimestre de 2013.

Profit au règlement de la dette

Au quatrième trimestre de 2012, nous avons comptabilisé un profit de 994,9 M\$ au règlement de la dette dans le cadre de la restructuration du capital, déduction faite des frais connexes de 53,2 M\$, d'une radiation des coûts de financement différés de 16,3 M\$, des profits différés de 5,5 M\$, d'une composante capitaux propres de 7,2 M\$ et d'une composante dérivée de 0,6 M\$ associée à nos anciens instruments d'emprunt. À la clôture de la restructuration du capital au quatrième trimestre de 2012, les frais de restructuration du capital de 16,3 M\$ comptabilisés aux deuxième et troisième trimestres de 2012 ont été reclassés au poste Profit au règlement de la dette.

Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2

Les dividendes sur les deux séries d'actions privilégiées rachetables se sont élevés à 4 M\$ au cours du quatrième trimestre de 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 26,46 % et à 26,33 % pour les trimestres clos les 31 décembre 2013 et 2012, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt de 19 % sur le bénéfice du trimestre clos le 31 décembre 2013, comparativement à une économie de 11 % sur le bénéfice du trimestre clos le 31 décembre 2012. Pour le quatrième trimestre de 2013, la différence entre le taux effectif et les taux prévus par la loi s'explique par la décomptabilisation d'un impôt attribué comptabilisé auparavant relativement à des actifs de nos filiales à l'étranger et à des éléments non imposables et non déductibles. La différence entre le taux effectif et les taux prévus par la loi en 2012 s'explique par le profit au règlement de la dette, contrebalancé par les pertes en capital non comptabilisées sur le placement de filiales.

Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées

Au quatrième trimestre de 2013, nous avons comptabilisé un bénéfice lié à notre participation dans une entreprise associée de 0,2 M\$, comparativement à 0,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Nos bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles au cours du quatrième trimestre de 2012. L'amortissement de ces immobilisations incorporelles a été achevé au cours du premier trimestre de 2013.

Bénéfice net

Nous avons comptabilisé un bénéfice net de 31 M\$ au quatrième trimestre de 2013, comparativement à 821,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre est principalement attribuable au profit au règlement de la dette de 994,9 M\$, contrebalancé par la charge pour dépréciation liée à certaines de nos immobilisations incorporelles et de nos immobilisations corporelles de 300 M\$ comptabilisée au quatrième trimestre de 2012. De plus, nous avons comptabilisé une charge d'impôt sur le résultat plus élevée et un BAIIA plus faible au quatrième trimestre de 2013.

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

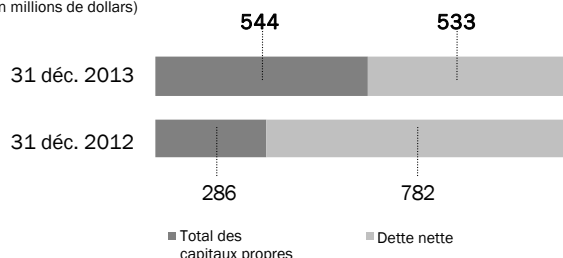
(en milliers de dollars canadiens)

	Au 31 décembre 2013	Au 31 décembre 2012
Trésorerie et équivalents de trésorerie	202 287 \$	106 807 \$
Billets garantis de premier rang	646 577 \$	800 000 \$
Obligations en vertu de contrats de location-financement	891	1 831
Débiteures échangeables	87 934	86 667
Dette nette, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie¹	533 115 \$	781 691 \$
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	544 495	285 749
Participations ne donnant pas le contrôle	—	411
Capitalisation totale	1 077 610 \$	1 067 851 \$
Ratio de la dette nette sur la capitalisation totale	49,5 %	73,2 %

Ratio de la dette nette¹ sur le BAIIA des douze derniers mois^{2, 3}

31 déc. 2013		1,3
31 déc. 2012		1,4

Structure du capital (en millions de dollars)



Au 31 décembre 2013, la dette nette de Yellow Média se chiffrait à environ 533,1 M\$. En comparaison, au 31 décembre 2012, la dette nette s'établissait à 781,7 M\$.

Le ratio de la dette nette sur le BAIIA des douze derniers mois² s'établissait à 1,3 fois au 31 décembre 2013, comparativement à 1,4 fois au 31 décembre 2012. L'amélioration est attribuable à la diminution du niveau d'endettement, contrebalancée en partie par la baisse du BAIIA.

¹ 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.

² 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.

³ Le BAIIA des douze derniers mois pour la période précédente a été révisé afin de refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée), *Avantages du personnel*, comme il est décrit à la note 2 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée.

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, qui sera affecté aux besoins généraux de l'entreprise. L'emprunt garanti par des actifs permet à la Société d'avoir accès à des fonds sous la forme de prêts au taux préférentiel, de prêts au taux des acceptations bancaires ou de lettres de crédit. 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 13 février 2014, 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 paiements, aux placements, à la création de privilèges, aux transactions de cession-bail, aux fusions, aux regroupements et aux ventes d'actifs, ainsi qu'à certaines transactions avec des filiales et aux activités opérationnelles.

Au 31 décembre 2013, la Société respectait toutes les clauses restrictives de la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs.

Billets garantis de premier rang

Le 20 décembre 2012, 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 31 décembre 2013, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang.

Au cours de l'exercice, la Société a remboursé une tranche de 153,4 M\$ de ses 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 ajusté pour tenir compte, entre autres, des paiements d'intérêts, de l'impôt et des régimes de rémunération des employés à long terme, de certains paiements de cotisations à des régimes de retraite ainsi que de l'acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles. La Société doit effectuer des paiements de rachat obligatoire minimaux d'un montant global annuel de 75 M\$ en 2014, de 50 M\$ en 2015 ou, si les paiements de rachat effectués en 2014 excèdent 75 M\$, de 50 M\$ moins le montant de cet excédent des paiements de rachat. Les paiements de rachat obligatoire annuels minimaux pour 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. Dans d'autres circonstances, la Société pourrait également devoir effectuer des remboursements supplémentaires sur les billets garantis de premier rang (se reporter à l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang).

La Société a fait des paiements de rachat obligatoires de 26,1 M\$ et de 92,4 M\$ le 31 mai 2013 et le 2 décembre 2013, respectivement.

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

Le 29 octobre 2013, la Société a exercé son option de rachat visant 27 M\$ de billets garantis de premier rang à un prix de rachat de 1 050 \$ par tranche de 1 000 \$ de capital des billets garantis de premier rang, plus les intérêts courus et impayés de 15,16 \$ par

tranche de 1 000 \$ de capital des billets garantis de premier rang, pour une contrepartie en espèces totale de 28,4 M\$. Une perte de 1,4 M\$ a été comptabilisée en résultat net dans les charges financières.

Achat sur le marché libre

Au cours du troisième trimestre de 2013, la Société a acheté sur le marché libre 8 M\$ de billets garantis de premier rang pour une contrepartie en espèces totale de 8,3 M\$. Une perte de 0,3 M\$ a été comptabilisée dans le bénéfice net au titre des charges financières.

Déventures échangeables

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

Les intérêts sur les déventures 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 déventures échangeables en circulation, c'est-à-dire de payer les intérêts en déventures échangeables additionnelles. Les intérêts sur les déventures échangeables sont payables semestriellement, à terme échu, en versements égaux le dernier jour de mai et de novembre de chaque année.

Au 31 décembre 2013, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les déventures échangeables.

Option d'échange

Les déventures 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 précisées.

Rachat optionnel

La Société peut, en tout temps à partir de la date à laquelle la totalité des billets garantis de premier rang ont été payés en entier, racheter la totalité ou une partie des déventures 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;
- 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 déventures échangeables	CCC+/cote des déventures échangeables

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 obligatoires de billets garantis de premier rang. Au 13 février 2014, la trésorerie et les équivalents de trésorerie de la Société se chiffraient à environ 211,8 M\$.

Données sur les actions

Au 13 février 2014, les données sur les actions en circulation se présentaient comme suit :

Données sur les actions en circulation	Au 13 février 2014	Au 31 décembre 2013	Au 31 décembre 2012
Actions ordinaires en circulation	27 955 339	27 955 077	27 955 077
Bons de souscription d'actions en circulation	2 995 506	2 995 506	2 995 506

Déventures échangeables

Au 31 décembre 2013, la Société comptait un total de 107,5 M\$ de déventures 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 « participants »).

Les principales modalités des options attribuées sont les suivantes :

- Le prix d'exercice est de 10,12 \$;
- Les droits des options seront acquis à raison de 50 % en février 2015, de 25 % en février 2016 et de 25 % en février 2017;
- Les options arrivent à échéance sept ans après la date d'attribution;
- Les participants doivent détenir 25 % des actions ordinaires reçues dans le cadre de l'exercice de l'option jusqu'à ce qu'ils respectent les lignes directrices relatives à la propriété.

Obligations contractuelles et autres engagements

Obligations contractuelles

(en milliers de dollars canadiens)

	Paiements exigibles pour les exercices postérieurs au 31 décembre 2013				
	Total	Moins de 1 an	De 2 ans à 3 ans	De 4 ans à 5 ans	Plus de 5 ans
Dette à long terme ^{1, 2}	646 577 \$	88 543 \$	36 457 \$	521 577 \$	— \$
Obligations en vertu de contrats de location-financement ¹	891 \$	508 \$	383 \$	— \$	— \$
Débiteures échangeables ¹	107 500 \$	— \$	— \$	— \$	107 500 \$
Contrats de location simple	89 537 \$	20 832 \$	40 880 \$	24 363 \$	3 462 \$
Autres	179 257 \$	62 701 \$	107 579 \$	7 977 \$	1 000 \$
Total des obligations contractuelles	1 023 762 \$	172 584 \$	185 299 \$	553 917 \$	111 962 \$

¹ Montant en capital.

² Le remboursement des billets garantis de premier rang pourrait varier en vertu de la clause des flux de trésorerie excédentaires.

Obligations en vertu de contrats de location-financement

Nous concluons des contrats de location-financement relatifs à du matériel de bureau et à des logiciels. Au 31 décembre 2013, les paiements minimaux en vertu de ces contrats de location-financement jusqu'en 2016 totalisaient 0,9 M\$.

Contrats de location simple

Nous louons nos locaux et notre matériel de bureau en vertu de divers contrats de location simple. Au 31 décembre 2013, les paiements minimaux en vertu de ces contrats de location simple jusqu'en 2020 totalisaient 89,5 M\$.

Obligations d'achat

Pour la distribution et l'impression de nos annuaires, nous faisons appel à des fournisseurs externes; nous avons conclu des ententes à long terme avec un certain nombre d'entre eux. Ces ententes arrivent à échéance entre 2016 et 2038. Nous avons également des obligations d'achat en vertu de contrats de service pour les dépenses opérationnelles et les dépenses d'investissement. Au 31 décembre 2013, notre obligation visant l'achat de services au cours des cinq prochains exercices et des suivants se chiffrait à 178,6 M\$. Nous utiliserons les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles pour financer ces obligations d'achat.

Obligations au titre des prestations de retraite

GPJ a un régime de retraite enregistré auprès de l'Agence du revenu du Canada et de la Commission des services financiers de l'Ontario comportant des volets à prestations définies et à cotisations définies (le « régime de retraite de GPJ »), ainsi qu'un régime à cotisations définies enregistré auprès de la Régie des rentes du Québec (le « régime de GPJ ») pour les employés établis au Québec qui ont été embauchés à compter du 1^{er} janvier 2006. Les deux régimes couvrent ensemble la quasi-totalité des employés de la Société.

Au 31 décembre 2013, les actifs du volet à prestations définies du régime de retraite de GPJ totalisaient 437 M\$ et étaient investis dans un portefeuille diversifié de titres canadiens à revenu fixe et de titres de participation canadiens et internationaux.

Le taux de rendement sur les actifs pour 2013 s'est établi à 15,6 %, soit un rendement supérieur de 3,6 % à celui de notre portefeuille de référence.

La plus récente évaluation actuarielle du volet à prestations définies du régime de retraite de GPJ aux fins de capitalisation a été effectuée au 1^{er} juin 2013. L'évaluation de juin 2013 a révélé un déficit de solvabilité de 148 M\$. Cette évaluation a aussi établi le montant des cotisations que doit effectuer la Société au régime de retraite de GPJ entre le 1^{er} juin 2013 et la date de l'évaluation suivante, qui devra avoir lieu au plus tard le 1^{er} juin 2014.

En 2013, la Société a versé des cotisations annuelles équivalentes au coût des services rendus au cours de la période (le « coût annuel pour l'employeur ») de 28,5 M\$, ce qui comprend un montant de 11,9 M\$ pour financer le déficit. En 2014, le total des paiements en espèces devrait s'élever à 40,4 M\$, dont une tranche de 21,7 M\$ servira à financer le déficit.

Provenance et utilisation des flux de trésorerie

Provenance et utilisation des flux de trésorerie

(en milliers de dollars canadiens)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles		
Flux de trésorerie opérationnels	290 035 \$	283 776 \$
Variation des actifs et des passifs opérationnels	50 645	(45 203)
	340 680 \$	238 573 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations incorporelles et de logiciels développés à l'interne	(54 584)	(35 281)
Acquisition d'immobilisations corporelles	(11 743)	(5 137)
Acquisition d'entreprises	(3 581)	—
Produit de la vente d'actifs	—	1 650
Autres	359	183
	(69 549) \$	(38 585) \$
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Remboursement et règlement au titre de la dette à long terme	(118 984) \$	(351 426) \$
Rachat de titres d'emprunt à long terme	(36 670)	—
Actions restreintes	(6 630)	—
Contrepartie différée	(5 624)	(1 800)
Frais de restructuration du capital	(6 641)	(63 025)
Émission de titres d'emprunt à long terme	—	239 000
Autres	(1 102)	(116)
	(175 651) \$	(177 367) \$

Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles

Flux de trésorerie opérationnels

Les flux de trésorerie opérationnels ont augmenté de 6,3 M\$, passant de 283,8 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 à 290 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2013, en raison essentiellement de la baisse des intérêts versés de 73,3 M\$, de la baisse de l'impôt sur le résultat payé de 47,2 M\$, de la baisse du financement des régimes de retraite de 8,4 M\$ ainsi que de la diminution des paiements au titre des frais de restructuration et charges spéciales de 28 M\$, facteurs contrebalancés par la baisse du BAIIA de 153,3 M\$.

Variation des actifs et des passifs opérationnels

La variation des actifs et des passifs opérationnels pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 a donné lieu à une entrée de 50,6 M\$ comparativement à une sortie de 45,2 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'entrée en 2013 est principalement attribuable à de meilleurs résultats au chapitre du recouvrement de nos créances clients. Le moment du paiement des créanciers et de certaines provisions a également donné lieu à une entrée nette en 2013. Le paiement relatif à des avis de cotisation pour les taxes de vente a eu une incidence négative sur la variation des actifs et des passifs opérationnels en 2012.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement se sont établis à 69,5 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2013, comparativement à 38,6 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012. En 2013, nous avons investi un montant de

54,6 M\$ et 11,7 M\$, respectivement, dans le développement de logiciels et le matériel, soit des montants supérieurs aux montants correspondants de 35,3 M\$ et de 5,1 M\$, respectivement, en 2012.

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

(en milliers de dollars canadiens)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012
Investissements de maintien	21 688 \$	20 437 \$
Investissements de croissance	38 847	22 022
Total	60 535 \$	42 459 \$
Ajustement pour tenir compte des dépenses présentées selon la comptabilité de caisse	4 907	(2 224)
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	65 442 \$	40 235 \$

Les investissements de maintien sont liés aux activités en cours nécessaires pour 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 maintien se sont élevés à 21,7 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2013, comparativement à 20,4 M\$ pour l'exercice précédent.

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 et de solutions marketing. Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2013, ces investissements se sont chiffrés à 38,8 M\$, comparativement à 22 M\$ pour l'exercice précédent. Nos dépenses étaient plus élevées en 2013 qu'en 2012, car nous avons investi dans notre nouvel outil de gestion des marchands en ligne et dans nos nouveaux outils de suivi et de production de rapports pour les entreprises. Nous avons également déployé une nouvelle plateforme de centre d'appels et un nouveau moteur de recherche dans tous nos médias mobiles.

Les dépenses d'investissement ont totalisé 60,5 M\$ pour 2013, et nous prévoyons les maintenir à ce niveau en 2014.

Flux de trésorerie liés aux activités de financement

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement se sont établis à 175,7 M\$ au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2013, comparativement à 177,4 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours de l'exercice, nous avons remboursé une tranche de 119 M\$ et racheté une tranche de 35 M\$ des billets garantis de premier rang, pour une contrepartie totale de 36,7 M\$. En janvier 2012, nous avons prélevé un montant de 239 M\$ sur la tranche renouvelable de la facilité de crédit et effectué trois remboursements trimestriels de 25 M\$ sur la tranche non renouvelable de notre facilité de crédit. En outre, nous avons effectué un paiement en espèces de 275 M\$ relativement à l'opération de restructuration du capital en décembre 2012.

Instruments financiers et autres instruments

(Se reporter à la note 21 des états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2013).

Les instruments financiers de la Société comprennent la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les créances clients et autres débiteurs, les participations dans des entreprises associées, les fournisseurs et autres créditeurs, la dette à court terme et la dette à long terme et les débentures échangeables.

Instruments dérivés

Nous avons actuellement une entente visant l'achat des actions résiduelles à un multiple prédéterminé d'une participation dans une entreprise associée. Cette option constitue un passif dérivé. Puisque la valeur de l'option était supérieure à la juste valeur des actions résiduelles, nous avons comptabilisé dans les charges financières une charge de 18,5 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2012.

Les dérivés incorporés n'avaient aucune valeur comptable au 31 décembre 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

Flux de trésorerie disponibles

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2013	2012	2013	2012
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	88 444 \$	61 749 \$	340 680 \$	238 573 \$
Dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	14 294	13 771	66 129	40 235
Flux de trésorerie disponibles	74 150 \$	47 978 \$	274 551 \$	198 338 \$

5. Hypothèses critiques /

La préparation des états financiers consolidés 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.

Dans cette rubrique, nous présentons des informations détaillées sur ces estimations et hypothèses importantes, qui font l'objet d'une évaluation constante par la Société.

Immobilisations incorporelles, goodwill et immobilisations corporelles

Les valeurs associées aux immobilisations incorporelles identifiables et au goodwill sont fondées sur des estimations et des hypothèses importantes, qui portent notamment sur les entrées et les sorties de trésorerie futures, les taux d'actualisation et la durée d'utilité des immobilisations incorporelles. Ces estimations importantes nécessitent passablement de jugement et pourraient avoir une incidence sur les résultats futurs de Yellow Média si les estimations actuelles du rendement futur et des justes valeurs changent. L'établissement de ces estimations pourrait avoir des répercussions sur le montant de la charge d'amortissement des immobilisations incorporelles identifiables comptabilisé au cours des périodes ultérieures ainsi que sur la dépréciation du goodwill, des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles.

Yellow Média évalue la dépréciation en comparant la valeur recouvrable d'une immobilisation incorporelle identifiable ou d'un goodwill à sa valeur comptable. L'établissement de la valeur recouvrable exige de la direction qu'elle utilise une bonne part de jugement. En 2012, il a été déterminé que la valeur recouvrable du goodwill s'établissait à néant. Par conséquent, sa valeur comptable a été radiée en entier.

Yellow Média a soumis les immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie au test de dépréciation annuel selon la politique décrite à la note 3.12 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

La valeur recouvrable des unités génératrices de trésorerie (les « UGT ») a été établie en fonction de la valeur d'utilité au moyen d'un modèle d'établissement des flux de trésorerie actualisés selon des hypothèses clés importantes, notamment en ce qui a trait aux flux de trésorerie après impôt prévus sur une longue période, aux taux de croissance finaux et aux taux d'actualisation. Nous avons utilisé des statistiques publiques ou obtenu des conseils, quand cela était possible, au moment d'établir les hypothèses que nous avons utilisées. Des renseignements détaillés sur les tests de dépréciation de Yellow Média sont fournis à la note 4 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

Avantages futurs du personnel

La valeur actuelle de l'obligation au titre des prestations définies est établie par l'actualisation des sorties de trésorerie futures estimées au moyen des taux d'intérêt sur des obligations de sociétés de grande qualité libellées dans la monnaie dans laquelle les prestations seront versées et dont les dates d'échéance se rapprochent de celles du passif au titre des prestations définies qui s'y rattache. L'établissement de la charge au titre des avantages du personnel nécessite l'utilisation d'hypothèses portant notamment sur le rendement attendu des actifs disponibles pour la capitalisation des obligations au titre du régime, le taux d'actualisation servant à évaluer les obligations, l'âge prévu du départ à la retraite des salariés, le taux prévu de la rémunération future et le taux d'évolution attendu des frais médicaux. Aux fins du calcul du rendement attendu des actifs du régime, les actifs sont évalués à la juste valeur. Les résultats réels peuvent différer de ceux qui sont estimés en fonction de ces hypothèses.

Impôt sur le résultat

L'estimation de l'impôt sur le résultat suppose une évaluation de la recouvrabilité de l'actif d'impôt différé basée sur une appréciation de la capacité de Yellow Média à appliquer les déductions fiscales futures sous-jacentes pour réduire le bénéfice imposable futur avant qu'elles n'expirent. L'appréciation de Yellow Média est fondée sur la législation fiscale existante et des estimations du bénéfice imposable futur. Si l'appréciation de la capacité de Yellow Média à utiliser les déductions fiscales futures sous-jacentes change, Yellow Média devra comptabiliser un montant plus ou moins élevé de déductions fiscales dans l'actif, ce qui diminuerait ou augmenterait la charge d'impôt de la période au cours de laquelle l'appréciation a lieu.

Yellow Média est assujettie à l'impôt dans de nombreux territoires. Il faut faire appel à un jugement important dans l'établissement de la charge d'impôt consolidée. Dans le cours normal des activités, il survient des transactions et des calculs nombreux pour lesquels l'impôt définitif est incertain. Yellow Média constitue des provisions au titre des positions fiscales incertaines qui, selon la Société, reflètent de manière adéquate son risque lié à des questions fiscales visées par des discussions, un audit, un litige ou un appel auprès des autorités fiscales, ou qui sont autrement considérées comme comportant une incertitude. Ces provisions au titre des positions fiscales incertaines sont établies à l'aide de la meilleure estimation du montant que la Société s'attend à payer en fonction d'une appréciation qualitative de tous les facteurs pertinents. Yellow Média examine le caractère adéquat de ces provisions à chaque date de clôture. Il est toutefois possible que, à une date future donnée, un passif additionnel découle des audits menés par les autorités fiscales. Lorsque le montant définitif de la charge d'impôt liée à ces questions est différent du montant initialement comptabilisé, l'écart se répercute sur la provision au cours de la période pendant laquelle l'écart est établi.

Nouvelles normes comptables

IAS 1 (révisée) – Présentation des états financiers

Le 16 juin 2011, l'International Accounting Standards Board (l'« IASB ») a publié des modifications à IAS 1, *Présentation des états financiers*, exigeant que les entités regroupent les autres éléments du résultat global susceptibles d'être reclassés dans le compte de résultat et regroupent séparément ceux qui ne le seront pas. Ces modifications confirment également les exigences actuelles qui requièrent la présentation du résultat net et des autres éléments du résultat global dans un état unique ou dans deux états consécutifs. Ces modifications sont entrées en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} juillet 2012.

En mai 2012, l'IASB a publié d'autres modifications apportées à IAS 1, *Présentation des états financiers*, lesquelles sont entrées en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. L'adoption anticipée de ces modifications est permise. En vertu d'IAS 1, une entité qui change ses méthodes comptables de façon rétrospective ou qui effectue un retraitement rétrospectif ou un reclassement doit présenter un état de la situation financière arrêté au début de la période précédente. Les modifications d'IAS 1 apportent une précision indiquant qu'une entité doit présenter un troisième état de la situation financière seulement lorsque l'application rétrospective, le retraitement rétrospectif ou le reclassement a une incidence significative sur l'information fournie dans le troisième état de la situation financière, et que la présentation de notes complémentaires au troisième état de la situation financière n'est pas nécessaire.

Yellow Média Limitée a appliqué les modifications à IAS 1 le 1^{er} janvier 2011, avant leur date d'entrée en vigueur, tel que permis. Les modifications ont été appliquées rétrospectivement et, par conséquent, la présentation des postes des autres éléments du résultat global a été modifiée pour refléter les changements. À l'exception des changements à la présentation susmentionnés, l'application des modifications d'IAS 1 n'a eu aucune autre incidence sur le résultat net, les autres éléments du résultat global et le total du résultat global.

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 les 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, 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 consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 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'IASB et le Financial Accounting Standards Board (le « FASB ») ont publié des exigences communes en matière d'informations à fournir destinées à aider les investisseurs et les 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 (les « modifications apportées à IFRS 7 »). Les états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 comprennent les nouvelles notes devant être présentées pour se conformer aux modifications. Les modifications à IFRS 7 sont entrées en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013 et ont été appliquées de manière rétrospective.

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. Les états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 comprennent les nouvelles notes devant être présentées pour se conformer à cette nouvelle norme.

IFRS 13 – Évaluation à la juste valeur

IFRS 13 est une nouvelle norme définissant la juste valeur et exige la présentation d'informations sur les évaluations à la juste valeur. La norme s'appliquera prospectivement à compter du début de l'exercice au cours duquel elle sera adoptée. Les états financiers consolidés comprennent les nouvelles notes devant être présentées. À l'exception des informations additionnelles présentées, l'application d'IFRS 13 n'a pas eu d'incidence significative sur les montants comptabilisés dans les états financiers consolidés de Yellow Média. IFRS 13 est entrée en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013.

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 et modifie la définition de contrôle sur une entité émettrice. IFRS 11, *Partenariats*, et IFRS 12, *Informations à fournir sur les intérêts détenus 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 »), ont été 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 ses états financiers consolidés.

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. IFRS 11 exige également l'utilisation d'une seule méthode de comptabilisation des participations dans des coentreprises, soit la méthode de la mise en équivalence.

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 les 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 Limitée 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 et en novembre 2013, 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 est appliquée de manière prospective et comporte des dispositions transitoires, selon la date d'application. Les modifications apportées à IFRS 9 en novembre 2013 suppriment la date d'entrée en vigueur obligatoire d'IFRS 9. Toutefois, les entités peuvent choisir d'appliquer IFRS 9 immédiatement. 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 significative 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;
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 rubrique « Facteurs de risque » de notre notice annuelle pour obtenir une description complète des facteurs de risque. Malgré ces principes, la Société ne peut garantir que ses efforts seront fructueux.

Une forte concurrence pourrait réduire la part du marché de la Société et avoir une incidence défavorable significative sur cette dernière, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société fait concurrence à d'autres entreprises d'annuaires, de médias publicitaires et d'annonces classées, dans divers médias et plateformes, y compris Internet, les journaux, la télévision, la radio, les appareils de télécommunication sans fil, les revues, les panneaux publicitaires et le publipostage direct. En particulier, les activités annuaires font face à une vive concurrence en raison de la pénétration accrue d'Internet au moyen des moteurs de recherche en ligne et par l'entremise d'organismes de réseautage social. Il est possible que la Société ne puisse livrer concurrence de manière efficace à ces concurrents en ligne, dont certains pourraient disposer de plus grandes ressources qu'elle. La stratégie Internet de la Société et ses activités annuaires pourraient être défavorablement touchées si les grands moteurs de recherche établissent des équipes de vente locales ou si elles font affaire de manière plus efficace avec les entreprises locales concernant les services de recherche. Ces concurrents pourraient réduire leurs prix pour accroître leur part du marché ou offrir leurs services à un prix inférieur à celui que la Société peut accorder.

La Société pourrait être forcée de réduire ses prix ou d'offrir et d'assurer la prestation d'autres services pour demeurer concurrentielle. Dans l'éventualité où la Société ne pourrait soutenir efficacement la concurrence actuelle ou future, cette situation pourrait entraîner un certain nombre d'incidences, notamment la diminution de sa clientèle d'annonceurs et de ses tarifs, ainsi que l'augmentation de ses coûts, ce qui pourrait avoir un effet défavorable significatif sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Nous surveillons et analysons de près la concurrence et nous déterminons quels sont nos avantages concurrentiels sur chacun de nos marchés. Nous réagissons à cette concurrence en nous assurant de mieux répondre aux besoins de notre clientèle au moyen d'offres et de prix ciblés.

Nous améliorons constamment la valeur de notre offre au moyen d'initiatives ayant les objectifs suivants :

- amélioration et expansion de notre gamme de produits et services pour nos clients;
- amélioration de l'expérience des utilisateurs;
- augmentation de l'utilisation de notre réseau de médias.

Nous menons également des campagnes multimédias afin de promouvoir notre marque et de renforcer sur le marché la valeur de notre offre dans nos secteurs.

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 significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société pourrait subir des répercussions significatives si le recul de l'utilisation des annuaires téléphoniques imprimés devait se poursuivre à un rythme plus rapide que prévu. L'arrivée de nouvelles technologies et l'utilisation généralisée d'Internet entraînent des changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs. L'utilisation des annuaires sur Internet s'est également accrue rapidement. L'Internet est de plus en plus accessible comme média publicitaire pour les entreprises de toutes tailles. De plus, l'utilisation d'Internet, notamment pour réaliser des transactions commerciales au moyen d'appareils sans fil, a entraîné l'apparition de nouvelles technologies et de nouveaux services qui font concurrence aux médias publicitaires traditionnels. Plus particulièrement, de tels changements ont une incidence marquée sur les produits imprimés, et la diminution de l'utilisation de ces médias se traduit graduellement par la baisse des produits tirés de la publicité. La consultation des annuaires de pages jaunes imprimés pourrait continuer de baisser à mesure que les utilisateurs se tournent vers des appareils de médias numériques et interactifs pour s'informer sur les commerces locaux.

L'incapacité de la Société d'améliorer et d'augmenter ses produits numériques et nouveaux médias pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La transition des médias imprimés aux médias numériques entraîne des incertitudes quant à savoir si le lancement de nouveaux produits arrivera à compenser la tendance à la baisse des produits provenant des médias imprimés. Si les produits numériques de la Société n'augmentent pas de façon importante, les flux de trésorerie, les résultats opérationnels et la situation financière de la Société en subiront des incidences défavorables significatives.

La Société s'attend à tirer une plus grande part de ses produits opérationnels totaux de ses produits numériques et de ses autres nouveaux médias, étant donné que le profil d'utilisation poursuit sa migration des annuaires imprimés vers les produits numériques et les autres nouveaux médias.

L'expansion de la Société donnant lieu à une mutation vers les produits numériques et nouveaux médias fait face à divers défis et risques, notamment les suivants :

- La Société pourrait être incapable de continuer d'accroître l'utilisation de ses propres sites Web au même rythme que celui d'autres fournisseurs ou pourrait le faire à un rythme plus lent que prévu actuellement;
- L'utilisation d'Internet comme source d'information et média publicitaire pourrait ne pas poursuivre sa croissance ou le faire à un rythme plus lent que prévu actuellement, en raison de facteurs que la Société ne peut prédire ou contrôler;
- La Société pourrait engager des frais supplémentaires considérables relativement à des investissements dans sa technologie de l'information, à des modifications de ses produits existants et à la conception de nouveaux produits, ce qui risque de réduire sa marge de profits dans l'avenir;
- La Société pourrait ne pas être en mesure d'élaborer et de commercialiser de nouveaux produits de manière opportune et efficace, étant donné que ses marchés sont caractérisés par l'évolution rapide de la technologie, le lancement de nouveaux produits, l'amélioration des produits existants et la migration de la demande des annonceurs et des utilisateurs finaux de publicité, y compris les préférences en matière de technologies;
- La Société pourrait être incapable d'améliorer ses systèmes de technologie de l'information de façon à gérer efficacement l'accroissement de l'utilisation de ses sites Web et à offrir de nouveaux produits et services;
- L'orientation de la Société vers les produits numériques et nouveaux médias pourrait détourner l'attention des annonceurs des occasions de publicité dans les produits imprimés de la Société ou les dissuader de saisir ces occasions;
- La Société pourrait être incapable de se tenir au fait des changements dans les conditions de service ou les algorithmes des moteurs de recherche, ce qui pourrait faire en sorte que les sites Web de la Société ou de ses annonceurs soient exclus des résultats de recherche ou qu'ils n'apparaissent pas dans les premiers résultats ou encore rendre plus difficile ou onéreuse pour la Société la fourniture de solutions de marketing par moteur de recherche ou d'optimisation pour moteurs de recherche à ses annonceurs;
- Les annonceurs de la Société pourraient être réticents à payer la publicité sur Internet aux mêmes tarifs que les annonces dans les annuaires imprimés;
- La Société pourrait ne pas être en mesure d'augmenter les prix de ses produits et services à l'avenir.

Si l'un des risques susmentionnés devait se produire, cela pourrait nuire significativement aux produits de la Société tirés des médias numériques ainsi qu'à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière.

La transition en cours au sein de l'industrie des médias et de l'édition vers un contenu plus ciblé selon le modèle des médias numériques nous porte à élaborer de nouveaux produits qui tirent parti de la demande à l'égard des nouveaux médias, tout en nous assurant que nos produits imprimés demeurent une composante importante de notre offre de médias aux annonceurs.

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 significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La capacité de la Société d'effectuer des paiements prévus en vertu de sa dette dépendra, entre autres, de son rendement opérationnel futur. Il est impossible de garantir que la Société sera en mesure de générer suffisamment de trésorerie de ses activités pour payer les obligations au titre de sa dette. Chacun de ses facteurs est, dans une large mesure, assujéti à d'autres facteurs économiques, financiers, concurrentiels, opérationnels et autres, dont un grand nombre est indépendant de la volonté de la Société.

Il est impossible de garantir que la Société continuera d'être en mesure d'obtenir en temps opportun suffisamment de fonds sous des conditions acceptables pour la Société afin de fournir un niveau de liquidités adéquat et de financer les activités et les dépenses d'investissement nécessaires pour relever les défis liés à la transformation de ses activités et pour soutenir la stratégie d'affaires si les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles et la trésorerie disponible sont insuffisants.

L'impossibilité de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent des activités, de la dette, de financements par actions ou de transactions de refinancement, pourrait contraindre la Société à reporter ou à abandonner certaines ou la totalité de ses

dépenses prévues ou de modifier sa stratégie d'affaires et pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière. En outre, les concurrents qui disposent d'un niveau de liquidités plus important ou qui ont une meilleure capacité à mobiliser des fonds et selon des modalités moins coûteuses pourraient créer un désavantage concurrentiel pour la Société.

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 significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La dette considérable de la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière. L'ampleur de la dette de la Société pourrait :

- augmenter la vulnérabilité de la Société aux conditions économiques difficiles et aux conditions défavorables du secteur;
- contraindre la Société à affecter une portion substantielle de ses flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles aux paiements de sa dette, réduisant ainsi les fonds disponibles pour les activités, les occasions d'affaires futures ou d'autres fins;
- limiter la souplesse de la Société en ce qui concerne la planification et les mesures à prendre à l'égard des changements dans ses activités et dans son secteur;
- placer la Société dans une situation désavantageuse par rapport à ses concurrents qui ont moins de dettes;
- limiter la capacité de la Société à obtenir du financement additionnel, au besoin, pour son fonds de roulement, ses dépenses d'investissement, ses acquisitions, les exigences liées au service de sa dette ou pour d'autres fins.

En outre, l'acte de fiducie qui gouverne les billets garantis de premier rang, l'acte de fiducie qui gouverne les débentures échangeables et l'emprunt garanti par des actifs contiennent un certain nombre de clauses financières et restrictives, y compris des restrictions liées à toute dette supplémentaire, au paiement de dividendes et à d'autres paiements, aux placements, à l'établissement de privilèges, aux cessions-bail, aux fusions, à la consolidation et à la vente d'actifs ainsi qu'à certaines transactions avec des sociétés liées et aux activités opérationnelles. Le manquement à ces obligations pourrait donner lieu à un cas de défaut qui, s'il n'est pas corrigé ou ne fait pas l'objet d'une renonciation, rendrait la dette visée exigible par anticipation. Si les dettes aux termes de l'acte de fiducie qui gouverne les billets garantis de premier rang, de l'acte de fiducie qui gouverne les débentures échangeables ou de l'emprunt garanti par des actifs, selon le cas, devenaient exigibles par anticipation, rien ne garantit que la Société disposerait d'assez de liquidités pour les rembourser intégralement.

L'augmentation des cotisations versées par la Société à ses régimes de retraite pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société doit, à l'heure actuelle, et pourrait être obligée, d'augmenter les cotisations à ses régimes de retraite dans l'avenir en raison de divers facteurs comme les rendements futurs liés aux taux d'intérêt à long terme sur les actifs du régime de retraite et les modifications apportées à la réglementation relative aux régimes de retraite, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur la situation de trésorerie et les résultats opérationnels de la Société. La Société verse actuellement des cotisations supplémentaires à ses régimes de retraite dans le but de réduire son déficit de solvabilité actuariel.

Les besoins de financement des régimes de retraite de la Société, qui découlent des évaluations des actifs et des passifs de ses régimes de retraite, reposent sur un certain nombre de facteurs, notamment le rendement réel des actifs des régimes de retraite, les taux d'intérêt à long terme, les caractéristiques démographiques des participants au régime ainsi que les règlements en matière de pensions. Les modifications apportées à ces facteurs pourraient faire en sorte que les cotisations réelles futures diffèrent considérablement des estimations actuelles de la Société, et cette dernière pourrait devoir verser des cotisations à ses régimes de retraite à l'avenir, ce qui aurait une incidence négative sur sa situation de trésorerie, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Rien ne garantit que les régimes de retraite de la Société parviendront à atteindre le taux de rendement présumé. Une part significative des actifs des régimes de retraite de la Société est investie dans des titres de participation cotés en Bourse. Par conséquent, la capacité des régimes de retraite de la Société d'atteindre le taux de rendement prévu par la direction dépend largement de la performance des marchés financiers. La conjoncture influe également sur le taux d'actualisation utilisé pour le calcul des obligations de la Société en matière de solvabilité et, par conséquent, elle pourrait aussi avoir une incidence considérable sur les besoins de financement en espèces de la Société.

L'incapacité de la Société ou des partenaires Telco de remplir leurs obligations découlant des conventions conclues entre ces parties pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Nous avons conclu une convention de services de facturation et de recouvrement avec Bell Canada (jusqu'en 2016), avec Telus (jusqu'en 2031), avec MTS Allstream (jusqu'en 2036) et avec Bell Aliant (jusqu'en 2037). Grâce à ces conventions, notre facturation figure de manière distincte sur les factures téléphoniques des clients de Bell, de TELUS, de MTS Allstream Inc. et de Bell Aliant qui ont recours à nos services, respectivement. Bell Canada, TELUS, MTS Allstream Inc. et Bell Aliant (les « partenaires Telco ») confient par contrat à des tiers la facturation mensuelle à l'égard des clients pour lesquels ils sont les fournisseurs de services téléphoniques locaux. De plus, les partenaires Telco perçoivent auprès de leurs clients, pour le compte de GPJ, les sommes qu'ils doivent à celui-ci à titre d'annonceurs. En outre, GPJ a conclu des conventions de publication avec chacun des partenaires Telco. Si GPJ ne peut respecter ses obligations conformément à ces conventions et que ces conventions sont de ce fait résiliées par l'un ou l'autre des partenaires Telco, d'autres conventions conclues avec les partenaires Telco pourraient aussi être résiliées, y compris la convention de licence d'utilisation de la marque de commerce de Bell Canada, la convention de licence d'utilisation de la marque de commerce de TELUS, la convention relative à la stratégie de marque et aux licences d'utilisation des marques de commerce de MTS Allstream Inc. et la convention relative à la stratégie de marque et aux licences d'utilisation des marques de commerce de Bell Aliant, ainsi que toutes les clauses de non-concurrence convenues avec les partenaires Telco.

Nous avons conclu des conventions avec des fournisseurs de services externes pour l'impression et la distribution de nos annuaires et de nos publications. Ces conventions se rapportent à des services qui font partie intégrante de nos activités.

L'incapacité des partenaires Telco ou de tout autre fournisseur de remplir leurs obligations contractuelles (y compris si l'un deux demandait la protection des lois canadiennes sur la faillite) pourrait avoir une incidence défavorable significative sur nos activités tant que nous n'aurons pas trouvé un nouveau fournisseur pour assurer la prestation des services en question.

GPJ prend lui-même en charge la facturation à l'égard des annonceurs dont le fournisseur de services téléphoniques locaux n'est pas l'un des partenaires Telco. Nos services internes de facturation et de recouvrement sont rentables et peuvent prendre de l'expansion à mesure que grandit notre bassin de clientèle.

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 significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Une part importante des produits opérationnels de GPJ dépend grandement de ses marques de produits et marques de commerce. L'incapacité de GPJ de protéger efficacement la notoriété et l'intégrité de ces marques de produits et marques de commerce ou de créer de nouvelles marques de produits et marques de commerce risquerait de nuire à nos résultats opérationnels et à notre situation financière.

Des tiers pourraient contrefaire ou détourner les marques de commerce de GPJ ou d'autres droits de propriété intellectuelle ou en contester la validité, ce qui pourrait avoir un effet défavorable significatif sur nos activités, notre situation financière ou nos résultats opérationnels. Les mesures prises par GPJ pour protéger ses marques de commerce et ses autres droits de propriété pourraient se révéler insuffisantes. Il pourrait être nécessaire d'intenter des poursuites pour faire respecter ou pour protéger les droits de propriété intellectuelle de GPJ, pour protéger ses secrets commerciaux ou pour établir la validité et l'étendue des droits de propriété de tiers. Nous ne pouvons pas garantir que nous serons en mesure d'empêcher la violation de nos droits de propriété intellectuelle ou le détournement de nos renseignements commerciaux de nature exclusive.

Toute violation ou tout détournement pourrait nuire aux avantages concurrentiels actuels et futurs que nous tirons de nos droits de propriété. Par ailleurs, des tiers pourraient poursuivre GPJ pour contrefaçon. Tout litige de cette nature pourrait rendre GPJ passible d'importants dommages-intérêts. Un jugement défavorable découlant d'une poursuite de ce type pourrait contraindre GPJ à trouver le moyen de ne pas contrevenir au brevet d'un tiers ou à utiliser sous licence une technologie de remplacement d'une autre partie. De plus, une poursuite est coûteuse en temps et en argent et risquerait d'accaparer le temps et les ressources de GPJ. Toute réclamation d'un tiers pourrait aussi nuire à la capacité de GPJ d'utiliser les biens intellectuels visés par ces réclamations.

Nous consacrons d'importantes ressources à la mise en valeur et à la protection de nos marques de commerce et adoptons une démarche proactive pour protéger l'exclusivité de notre marque.

Des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail pourraient avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Certains employés non cadres de GPJ sont syndiqués. Les conventions collectives actuelles ont une durée de un an à cinq ans et expirent à des dates futures diverses. Si GPJ n'était pas en mesure de renouveler ces conventions au moment de leur renégociation, il pourrait en résulter des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail qui pourraient avoir des répercussions défavorables significatives sur nos activités. De plus, l'augmentation du pourcentage d'employés syndiqués de la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Nous gérons le risque lié aux relations de travail en nous assurant que les dates d'expiration des conventions collectives sont établies de façon stratégique en vue de réduire au minimum les éventuelles perturbations, tant sur une base régionale (géographique) que sur une base fonctionnelle (ventes et administration). De plus, tout processus de négociation entamé en vue du renouvellement d'une convention collective fait appel à une équipe interfonctionnelle au sein de laquelle toutes les unités fonctionnelles sont représentées. Il incombe à cette équipe d'élaborer et de mettre en application un plan de contingence efficace qui permettrait à GPJ de poursuivre ses activités quotidiennes en réduisant au minimum les perturbations dans le cas d'un conflit de travail.

La contestation par les autorités fiscales de la position de la Société relativement à certaines questions d'ordre fiscal pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Dans le cours normal des activités de la Société, les autorités fiscales effectuent des vérifications continues. À cet égard, la Société est d'avis que tous les frais qui ont fait l'objet d'une demande de déduction par les différentes entités du groupe sont raisonnables et déductibles et que le coût indiqué ainsi que la déduction pour amortissement demandée à l'égard des biens amortissables de ces entités ont été correctement déterminés. Toutefois, rien ne garantit que les autorités fiscales ne contesteront pas ces positions. Une telle contestation, si elle a lieu, pourrait avoir une incidence défavorable sur nos résultats et sur le rendement pour les actionnaires.

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 pourraient avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société a conclu des ententes avec plusieurs portails Internet, moteurs de recherche et sites Web individuels pour faire la promotion de ses annuaires en ligne. Ces ententes facilitent l'accès au contenu de la Société et aux annonces de ses clients par ces portails, ces moteurs de recherche et ces sites Web individuels. Elles permettent à la Société de produire un volume de trafic supérieur à celui qu'elle obtiendrait seule et d'augmenter le nombre de clients potentiels de ses annonceurs tout en maintenant sa relation avec ses clients. En retour, les portails, les moteurs de recherche et les sites Web individuels obtiennent, par l'entremise de la Société, des contrats d'annonceurs qui, autrement, ne feraient pas affaire avec eux. 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 pourraient avoir une incidence sur le succès des solutions de marketing Internet de la Société. De plus, de nombreux autres concurrents dans les marchés de la Société fournissent des services de marketing Internet, ce qui fait que les clients de la Société pourraient choisir d'avoir recours à d'autres fournisseurs, parfois plus importants, pour ces services ou à des moteurs de recherche directement.

La défaillance des ordinateurs et des systèmes de communications de la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Les activités commerciales de la Société reposent dans une large mesure sur l'exploitation efficace et ininterrompue de ses ordinateurs et de ses systèmes de communications de même que de ceux de tierces parties. Le traitement des ventes et de la publicité, le stockage des données, la production, la facturation, le recouvrement et les transactions courantes de la Société pourraient souffrir grandement de la défaillance de cette technologie, ce qui, à son tour, pourrait nuire significativement à la Société, à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière.

En outre, les systèmes informatiques et de TI de la Société sont sensibles aux dommages et aux interruptions de diverses provenances et ses plans de rétablissement du service après sinistre pourraient être inefficaces. Toute panne de ces systèmes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

La Société dispose de facilités redondantes et a un plan de reprise après sinistre conçu pour rétablir l'exploitabilité du système cible, des applications ou de l'infrastructure du système informatique à un autre site après une situation d'urgence.

L'incapacité de la Société à attirer et à conserver du personnel clé pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La réussite de la Société dépend des compétences, de l'expérience et des efforts personnels des cadres supérieurs de la Société, y compris leur capacité à attirer et à conserver des employés compétents. La Société dépend également du nombre de représentants des ventes et de l'expérience de ceux-ci. La perte des services de ces membres du personnel clé pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Nous investissons continuellement dans notre main-d'œuvre afin de développer une solide culture du numérique. Nous offrons des ressources, des outils et des programmes de formation en vue d'accroître les connaissances en matière de numérique et de faciliter la gestion du changement pour tous les aspects de l'organisation.

La Société pourrait devoir comptabiliser des charges pour dépréciation supplémentaires

Au premier trimestre de 2012, la Société a comptabilisé une charge pour dépréciation supplémentaire de 2 967,8 M\$ au titre du goodwill et des immobilisations incorporelles. Au quatrième trimestre de 2012, la Société a comptabilisé une charge pour dépréciation supplémentaire de 300 M\$ relativement à certaines immobilisations incorporelles et immobilisations corporelles.

La Société peut subir des pertes de valeur qui pourraient réduire le montant présenté de ses actifs et de son bénéfice. Des facteurs économiques, juridiques, réglementaires, concurrentiels, contractuels et autres pourraient avoir une incidence sur la valeur des immobilisations incorporelles identifiables. Si l'un de ces facteurs réduisait la valeur d'une immobilisation, selon les règles comptables applicables, la Société serait tenue de réduire la valeur comptable de cette immobilisation et de comptabiliser une charge supplémentaire, ce qui réduirait le montant présenté des actifs et du bénéfice de la Société de l'exercice au cours duquel la perte de valeur serait comptabilisée.

7. Contrôles et procédures /

À titre de société ouverte, nous devons prendre toutes les mesures nécessaires pour nous assurer que l'information significative concernant nos rapports présentés ou déposés en vertu des lois sur les valeurs mobilières donne une image fidèle de l'information financière de GPJ. Cette responsabilité incombe à la direction, notamment le président et chef de la direction et le chef de la direction financière. La direction est responsable de l'établissement des contrôles et procédures de communication de l'information, de leur maintien et de leur évaluation ainsi que du contrôle interne à l'égard de l'information financière.

Contrôles et procédures de communication de l'information

L'évaluation de la conception et de l'efficacité des contrôles et des procédures de communication de l'information (selon les modalités du Règlement 52-109) a été effectuée sous la supervision du président et chef de la direction et du chef de la direction financière. Ces derniers ont conclu que ces contrôles et procédures de communication de l'information de la Société étaient efficaces au 31 décembre 2013.

Contrôle interne à l'égard de l'information financière

La conception et l'efficacité du contrôle interne à l'égard de l'information financière (selon les modalités du Règlement 52-109) ont été évaluées sous la supervision du président et chef de la direction et du chef de la direction financière. Suite à ces évaluations, ces derniers ont conclu que le contrôle interne à l'égard de l'information financière était efficace au 31 décembre 2013.

La direction a également conclu que, pendant le trimestre ouvert le 1^{er} octobre 2013 et clos le 31 décembre 2013, le contrôle interne à l'égard de l'information financière n'a subi aucun changement qui a eu ou qui pourrait raisonnablement avoir une incidence significative sur ce contrôle.