

## **Yellow Média inc. dévoile ses résultats pour le premier trimestre de 2012**

- L'entreprise met l'emphase sur l'exécution de sa stratégie Solution 360°, le secteur des activités en ligne représente maintenant 30 % des produits
- L'entreprise déclare une charge pour dépréciation sans incidence sur la trésorerie de 2,9 G\$
- Le bénéfice net avant la charge pour dépréciation s'établit à 58 M\$
- L'assemblée annuelle est annulée faute de quorum

**Montréal (Québec), le 7 mai 2012** — Yellow Média inc. (TSX : YLO) a publié aujourd'hui ses résultats financiers pour le premier trimestre de 2012. L'entreprise maintient le cap sur sa transformation en fournisseur de solutions médias et marketing numériques.

Pour le trimestre terminé le 31 mars 2012, l'entreprise enregistre une perte nette de 2,9 G\$ par suite d'une charge de dépréciation du goodwill, après impôts, de 2,9 G\$. Le bénéfice net lié aux activités poursuivies, avant cette charge de dépréciation, s'établit à 57,5 M\$ comparativement à 70,5 M\$ en 2011, en raison d'une baisse des produits et d'impôts plus élevées.

La charge pour dépréciation est sans effet sur la trésorerie et n'a pas d'incidence sur les activités de l'entreprise, les liquidités, les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation, les ententes de crédit conclues avec les banques et les contrats obligataires.

Au cours du trimestre, nous avons constaté un changement dans les tendances en matière de produits, et ce changement s'est répercuté sur nos projections à long terme. Il s'agit notamment de produits inférieurs à ce qui avait été prévu lors de l'examen de nos plans d'exploitation au cours du troisième trimestre de 2011. L'élaboration d'un nouveau plan d'affaires en fonction de ces tendances révisées, dans le contexte de l'examen de notre structure de capital, ainsi qu'une transaction d'une tierce partie dans notre secteur d'activité, nous ont amenés à effectuer un test de dépréciation, qui a conclu à une charge de dépréciation du goodwill de 2,9 G\$, après impôts, pour le trimestre terminé le 31 mars 2012.

Le bénéfice net par action tiré des activités poursuivies, avant la charge pour dépréciation (après impôts), pour le trimestre terminé le 31 mars 2012 s'établit à 0,10 \$, comparativement à 0,13 \$ en 2011. Le bénéfice ajusté par action ordinaire tiré des activités poursuivies pour le trimestre est de 0,13 \$, contre 0,26 \$ pour la période correspondante de l'an dernier, en raison de produits moindres et d'impôts plus élevés.

Pour le trimestre terminé le 31 mars 2012, le bénéfice se chiffre à 289,1 M\$, comparativement à 349,4 M\$ pour le premier trimestre de 2011. Ce recul de 17,3 % s'explique principalement par une baisse des produits provenant des médias imprimés, l'abandon de certains annuaires publiés par Canpages, la cession de LesPAC le 14 novembre 2011 et une baisse des produits tirés des activités aux États-Unis. Les produits tirés des activités en ligne atteignent 85,9 M\$, contre 83,2 M\$ l'an dernier, soit une progression de 3,2 %. À l'interne, en excluant les activités de Canpages et de la cession de LesPAC, les produits tirés des activités en ligne ont augmenté de 7,8 % au cours du trimestre comparativement au premier trimestre de 2011.

Le bénéfice pour le trimestre, avant la charge pour dépréciation du goodwill, s'établit à 115,9 M\$, comparativement à 136,9 M\$ pour le trimestre correspondant de 2011. Le BAIIA pour le trimestre a reculé, passant de 190,0 M\$ à 146,0 M\$. La marge sur BAIIA pour le trimestre est de 50,5 %, contre 54,4 % l'an dernier. Cette baisse est surtout attribuable à la pression sur les produits tirés des médias imprimés et aux investissements dans notre processus de transformation.

« Notre industrie continue d'évoluer en s'adaptant à une nouvelle réalité numérique. Bien que leurs besoins n'aient pas changé, les annonceurs recherchent de l'appui pour tirer leur épingle du jeu dans ce marché complexe », explique Marc P. Tellier, président et chef de la direction de Groupe Pages Jaunes. « Avec notre Solution 360° et notre équipe de vente dévouée, nous offrons une proposition de valeur attrayante pour aider les entreprises canadiennes à réussir dans le monde numérique d'aujourd'hui. »

### **Progrès soutenus dans la stratégie numérique de Pages Jaunes**

Lancée en 2011, la Solution 360° Pages Jaunes a marqué une étape importante dans la transformation numérique de l'entreprise. Elle permet aux clients d'accéder aux services de nos experts et à une visibilité sans précédent avec des produits en ligne, mobiles et imprimés, en plus de diverses ressources comme la gestion de sites Web, le marketing par moteur de recherche, l'optimisation pour les moteurs de recherche et les rapports Yellow Pages Analytics<sup>MC</sup>, le tout auprès d'un guichet unique.

Avec sa Solution 360°, GPJ démystifie l'univers de la publicité numérique pour les PME canadiennes et les aide à s'engager dans cette transition nécessaire. Cette solution confère à la gamme des produits et services de Yellow Média une pertinence de plus en plus grande et prépare le terrain pour de la croissance future.

Au 31 mars 2012, la pénétration de la Solution 360° chez les annonceurs (selon le nombre de clients abonnés à au moins trois catégories de produits) s'établissait à 7,9 %, comparativement à 1,9 % au 31 mars 2011. En outre, GPJ a vendu environ 13 000 sites Web pour PME, devenant ainsi l'un des principaux fournisseurs de sites Web au Canada.

En 2012, Yellow Média étendra son offre de produits et services pour répondre aux besoins des gros annonceurs avec un nouveau programme de comptes prioritaires. Ce programme vise à atténuer le risque lié à l'imprévisibilité des recettes et à optimiser la croissance des recettes des gros annonceurs grâce à un modèle de service différencié. Une méthodologie détaillée de profilage des annonceurs est maintenant en place pour guider l'évaluation des besoins et des opportunités par l'examen des résultats de l'outil Yellow Pages Analytics<sup>MC</sup>, des analyses de site Web, des classements comparatifs, des estimations de marketing par moteur de recherche et des analyses des résultats dans les médias sociaux et les moteurs de recherche.

Le 27 avril 2012, Pages Jaunes a reçu deux prix Or de la Local Search Association pour son produit de placement novateur pour la recherche mobile locale ainsi que pour son outil d'évaluation en ligne ProfilMarché<sup>MC</sup>. Lancée en juillet 2011, notre offre de placement pour la recherche mobile locale constitue la première percée de GPJ dans le domaine de la publicité mobile. Elle permet aux petites entreprises locales de se retrouver en tête de liste des résultats de recherches mobiles correspondant à leurs

produits et services. Six mois après son lancement, plus de 13 000 PME canadiennes ont investi dans le placement mobile.

### **Convivialité accrue pour les utilisateurs**

Afin d'augmenter l'achalandage dans son réseau et d'offrir une valeur supplémentaire aux annonceurs canadiens, Yellow Média continue d'investir dans l'expérience et la satisfaction des utilisateurs en ligne et mobiles.

Le réseau de sites Web de GPJ rejoint maintenant quelque 8 millions de visiteurs uniques, soit environ 33 % des internautes canadiens. Pendant le premier trimestre de 2012, nous avons amélioré l'optimisation pour les moteurs de recherche de PagesJaunes.ca afin d'assurer une meilleure indexation par moteurs de recherche.

La transformation de Yellow Média mise aussi sur une amélioration continue de ses applications mobiles, déjà téléchargées plus de 4 millions de fois.

Au cours du premier trimestre de 2012, Groupe Pages Jaunes a inauguré une version renouvelée de son site YellowAPI.com afin de mieux promouvoir son interface de programmation d'applications. Cette initiative a pour principal objectif de diriger plus de clients vers nos annonceurs.

Depuis son lancement initial à la fin de 2010, YellowAPI.com a reçu un accueil enthousiaste, avec plus de 1 700 créateurs de logiciels inscrits. Ceux-ci ont créé de nombreuses applications numériques branchées sur la base de données de 1,5 millions d'inscriptions d'affaires de GPJ, actuellement la plus importante au Canada. La liste croissante des applications qui utilisent actuellement les inscriptions de YellowAPI.com vont des grandes marques, comme Yahoo! Mobile Canada, jusqu'à des créations innovatrices par des entreprises en démarrage, par exemple Reservely, une application qui fait des réservations en ligne dans n'importe quel restaurant au Canada.

### **Mediative**

Grâce à sa filiale Mediative, Yellow Média est un chef de file de la publicité numérique à l'échelle nationale. Mediative est l'une des plus importantes entreprises intégrées de publicité et de marketing numérique au Canada, avec une riche expérience dans le développement de solutions originales et innovantes pour les entreprises nationales.

En 2011, Mediative a eu l'honneur d'être désignée meilleure entreprise dans les catégories des services corporatifs d'optimisation des moteurs de recherche et du marketing de recherche intégré. Avec plus d'une douzaine de réseaux verticaux axés sur les styles de vie rejoignant environ 15 millions de visiteurs uniques par mois, Mediative relie les annonceurs aux sites Web de grandes marques. Au cours du premier trimestre de 2012, Mediative a accueilli trois nouveaux éditeurs, devenant ainsi le principal partenaire de vente de médias en ligne pour les annonceurs nationaux dans les secteurs de la santé et de l'alimentation.

### **Structure de capital**

Au 31 mars 2012, la dette nette de l'entreprise se chiffrait à environ 1,5 G\$, ou 2,1 G\$ en comptant les actions privilégiées de séries 1 et 2 et les instruments convertibles. Le ratio de la dette nette sur le BAIIA des douze derniers mois s'établissait à 2,7 au

31 mars 2012, comparativement à 2,5 au 31 décembre 2011. Le 2 avril 2012, l'entreprise a fait son deuxième remboursement trimestriel obligatoire de 25 M\$ sur sa facilité de crédit non renouvelable.

Au 7 mai 2012, une somme de 155 M\$ était due sur la tranche non renouvelable de la facilité de crédit, et 239 M\$ sur la tranche renouvelable. L'entreprise dispose d'une encaisse d'environ 292 M\$ au 7 mai 2012.

Malgré les récents progrès dans son processus de transformation, l'entreprise reconnaît le besoin de mieux aligner sa structure de capital avec sa stratégie d'exploitation. Yellow Media a donc commencé à évaluer différentes possibilités concernant les échéances de refinancement en 2012 et au-delà. Pour superviser ce processus, le conseil d'administration a formé un comité sur le financement, avec pour objectif de conclure toute transaction nécessaire au cours de l'année financière courante.

### **Assemblée annuelle reportée faute de quorum**

En raison d'une participation insuffisante, le nombre de votes d'actionnaires reçus ne permettra pas d'atteindre le quorum. Par conséquent, l'assemblée annuelle des actionnaires, prévue pour demain au Musée des beaux-arts de Montréal à 11 h (heure de l'Est), est reportée. L'assemblée a été convoquée selon les pratiques antérieures de l'entreprise et conformément aux lois en vigueur. Le conseil d'administration et les vérificateurs actuels demeureront en poste jusqu'à l'élection ou la nomination de leurs successeurs.

« Le report de l'assemblée n'a aucun impact sur les activités de l'entreprise; le conseil d'administration continuera de superviser les affaires courantes », affirme Marc L. Reisch, président du conseil. L'entreprise informera ses actionnaires de la date et de l'heure de la prochaine assemblée.

### **Conférence téléphonique pour les investisseurs**

Yellow Média inc. tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes et médias à 9 h (heure de l'Est) le 8 mai 2012 pour commenter les résultats du premier trimestre. On peut assister à cette conférence en composant le (416) 340-2216 dans la région de Toronto ou le 1 866 226-1792 de l'extérieur. La conférence sera aussi disponible par webdiffusion à partir du site Web de l'entreprise, à l'adresse suivante : <http://www.ypg.com/fr/investisseurs/rapports-financiers/2012/rapports-trimestriels/premier-trimestre>.

La conférence téléphonique sera archivée dans la section Investisseurs du site Web, à l'adresse [www.ypg.com](http://www.ypg.com). Elle sera également accessible en différé du 8 au 16 mai 2012 en composant le (905) 694-9451 dans la région de Toronto, ou le 1 800 408-3053 de l'extérieur. Le code d'accès est **1677943**.

### **Yellow Média inc.**

Yellow Média inc. (TSX : YLO) est l'entreprise internet numéro un au Canada. Elle possède et exploite les plateformes et les publications parmi les plus populaires au Canada, notamment les annuaires Pages Jaunes<sup>MC</sup> et les sites PagesJaunes.ca<sup>MC</sup>, Canada411.ca et RedFlagDeals.com<sup>MC</sup>. Ces destinations en ligne rejoignent environ 8 millions de visiteurs uniques chaque mois et les applications mobiles de GPJ pour la recherche d'entreprises locales et de promotions ont été téléchargées plus de 4 millions de fois. Yellow Média inc. est également un chef de file dans l'offre de solutions

numériques nationales par l'entremise de Mediative, sa division de médias numériques et de solutions marketing pour les agences et annonceurs nationaux. Pour plus de renseignements : [www.ypg.com](http://www.ypg.com).

### **Mise en garde concernant les énoncés prospectifs**

*Le présent communiqué contient des énoncés prospectifs au sujet des objectifs, des stratégies, des conditions financières, des résultats et des activités de la Société. Ces énoncés sont prospectifs puisqu'ils sont fondés sur nos attentes, en date du 7 mai 2012, en ce qui concerne nos activités et les marchés sur lesquels nous les exerçons, ainsi que sur différentes estimations et hypothèses. Nos résultats réels pourraient différer de manière importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus touchaient nos activités ou si nos estimations ou hypothèses se révélaient inexactes. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que l'un ou l'autre de nos énoncés prospectifs s'avérera. Les risques qui pourraient faire en sorte que nos résultats réels diffèrent de façon importante de nos attentes actuelles sont analysés dans la rubrique 6 de notre rapport de gestion en date du 9 février 2012. Nous n'avons aucune intention, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, de mettre à jour des déclarations prospectives même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.*

### **Contacts :**

#### **Relations avec les investisseurs**

Anne-Sophie Roy

Trésorière

Tél. : (514) 934-2828

[anne-sophie.roy@ypg.com](mailto:anne-sophie.roy@ypg.com)

#### **Relations médias**

André Leblanc

Directeur Général, Communication  
Marketing

Tél. : (514) 934-7359

[andre.leblanc@ypg.com](mailto:andre.leblanc@ypg.com)

## Faits saillants financiers

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

Yellow Média inc.	Trimestres clos les 31 mars	
	2012	2011
Produits	289 073 \$	349 372 \$
(Perte opérationnelle) bénéfice opérationnel	(2 851 911) \$	136 864 \$
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 869 252) \$	70 453 \$
(Perte) bénéfice de base par action lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(5,61) \$	0,13 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	22 407 \$	111 701 \$
BAIIA <sup>1</sup>	146 017 \$	190 035 \$
Marge sur BAIIA <sup>1</sup>	50,5%	54,4%
Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies <sup>1</sup>	67 272 \$	133 653 \$
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	512 595 314	510 404 617
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies	0,13 \$	0,26 \$
Dividendes sur actions ordinaires	-	83 464 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	-	0,16 \$
Ratio de distribution	-	62%

## Mesures non définies par les IFRS<sup>1</sup>

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAIIA, défini comme le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales. La direction juge que cette mesure est représentative des activités actuelles. La Société utilise également le terme bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies, défini comme (la perte nette) le bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires excluant l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires, les charges financières hors trésorerie, l'impôt sur le résultat et les éléments non-récurrents, comme les frais connexes à l'acquisition, la dépréciation du goodwill et le profit sur placement. Ces termes ne sont pas des mesures du rendement définies par les IFRS et leurs définitions ne sont pas normalisées; il est donc peu probable qu'ils soient comparables à des mesures semblables employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. La direction est d'avis que le BAIIA et le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies constituent des mesures importantes qui permettent à la direction d'évaluer le rendement des activités en cours. Le tableau qui suit présente le rapprochement entre le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies et les mesures financières IFRS les plus comparables.

## Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies

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

	Trimestres clos les 31 mars	
	2012	2011
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 869 252) \$	70 453 \$
Attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	13	167
Dividendes versés aux détenteurs d'actions privilégiées	(5 584)	(5 710)
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(2 874 823) \$	64 910 \$
Amortissement des immobilisations incorporelles <sup>1</sup>	24 707	56 218
Dépréciation du goodwill	2 967 847	-
Frais connexes à l'acquisition <sup>2</sup>	-	803
Charges financières	32 125	47 142
Intérêts versés	(32 936)	(41 807)
Profit sur placement (déduction faite de l'impôt sur le résultat de 0,1M\$)	(2 090)	-
Impôt sur le résultat	(47 558)	6 387
<b>Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies</b>	<b>67 272 \$</b>	<b>133 653 \$</b>
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	512 595 314	510 404 617
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies	0,13 \$	0,26 \$
Dividendes sur actions ordinaires	-	83 464 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	-	0,16 \$
Ratio de distribution	-	62 %

<sup>1</sup>Représente l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires.

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