



YELLOW MÉDIA LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE

POUR L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2013

Le 25 mars 2014

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| NOTES EXPLICATIVES | 1 |
| STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ..... | 2 |
| Dénomination, adresse et constitution..... | 2 |
| Relations intersociétés..... | 3 |
| DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DES ACTIVITÉS..... | 4 |
| Restructuration de l'entreprise..... | 4 |
| Historique de Yellow Média Limitée..... | 4 |
| Trader..... | 4 |
| ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ..... | 4 |
| Poursuite de la transformation numérique de la Société..... | 5 |
| Notes..... | 13 |
| Installations..... | 13 |
| Responsabilité sociale de l'entreprise et environnement..... | 14 |
| Gouvernance d'entreprise..... | 14 |
| Poursuites..... | 15 |
| STRUCTURE DU CAPITAL..... | 15 |
| DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS..... | 20 |
| Politique en matière de dividendes..... | 20 |
| Après la restructuration du capital..... | 21 |
| Historique des distributions..... | 21 |
| Dividendes sur les actions privilégiées..... | 21 |
| MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES..... | 22 |
| RISQUES ET INCERTITUDES..... | 24 |
| AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES..... | 34 |
| ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS DE YELLOW MÉDIA LIMITÉE..... | 34 |
| Administrateurs..... | 34 |
| Dirigeants..... | 38 |
| Participations dans la Société..... | 40 |
| Interdictions d'opérations, faillites, pénalités ou sanctions..... | 40 |
| Conflits d'intérêts..... | 41 |
| INFORMATION SUR LE COMITÉ D'AUDIT..... | 41 |
| Charte du comité d'audit..... | 41 |
| Composition du comité d'audit..... | 41 |
| Formation et expérience pertinentes..... | 41 |
| Encadrement du comité d'audit..... | 42 |
| Principal auditeur..... | 42 |
| Politiques d'approbation..... | 42 |
| Honoraires de l'auditeur externe..... | 42 |
| INTÉRÊTS DES EXPERTS..... | 43 |
| MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES..... | 43 |
| CONTRATS IMPORTANTS..... | 44 |
| AUTRES RENSEIGNEMENTS..... | 44 |
| ANNEXE A..... | 46 |

NOTES EXPLICATIVES

Les renseignements contenus dans la présente notice annuelle sont en date du 31 décembre 2013, sauf indication contraire.

Sauf indication contraire ou si le contexte ne s'y prête pas, dans les présentes, la « Société » s'entend de Yellow Média Limitée ou de ses filiales, ou les deux. Après le 1^{er} novembre 2010, mais avant le 20 décembre 2012, la « Société » s'entend de Yellow Média inc. ou de ses filiales, ou les deux, et avant le 1^{er} novembre 2010, la « Société » s'entend du Fonds, de ses filiales, ou les deux, « GPJ » s'entend de Groupe Pages Jaunes Corp. (auparavant appelée Groupe Pages Jaunes Cie), « Fonds » s'entend du Fonds de revenu Pages Jaunes, fiducie remplacée par la Société, « Fiducie » s'entend de YPG Trust, auparavant filiale en propriété exclusive du Fonds, « Commandité YPG » s'entend de Commandité YPG inc., auparavant filiale en propriété exclusive du Fonds, « Trader » s'entend de Société Trader Corporation, « Canpages » s'entend de Canpages inc. et « Mur à Mur » s'entend de Mur à Mur Média inc. Sauf indication contraire, les montants en dollars sont exprimés en dollars canadiens, et toute référence à « \$ » désigne des dollars canadiens.

Certaines déclarations contenues dans la présente notice annuelle peuvent constituer des « déclarations prospectives » qui font intervenir des risques, des incertitudes et d'autres facteurs connus ou inconnus capables d'entraîner une forte différence entre les résultats, rendements et réalisations réels de Yellow Média Limitée ou du secteur d'activité et ceux que ces déclarations indiquent ou suggèrent. 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 d'exploitation à venir et valent uniquement à la date de la présente notice annuelle. Les déclarations prospectives traitent d'un grand nombre de risques et d'incertitudes; elles ne devraient pas être considérées comme des garanties des résultats ou du rendement futurs et n'indiquent pas nécessairement avec précision si ces résultats ou ce rendement seront atteints. Un certain nombre de facteurs pourraient faire différer considérablement les résultats ou le rendement réels de ceux indiqués dans les déclarations prospectives, y compris les facteurs mentionnés sous « 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 de réussir à améliorer et 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 d'opérations de refinancement, 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 de 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 sociétés de télécommunications partenaires de remplir leurs obligations découlant des conventions conclues entre elles 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 convenablement 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 numériques, des moteurs de recherche, des sites Web individuels, des fabricants d'appareils mobiles et des fournisseurs de systèmes d'exploitation pourraient 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 », « L'incapacité de la Société d'attirer et de fidéliser du personnel clé 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 », « L'incapacité de la Société d'attirer et de fidéliser des clients pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Une proportion plus élevée que prévue de produits d'exploitation tirés des produits numériques à marge peu élevée, comme les sites Web, l'OMR et le MMR, pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, sa situation financière et ses résultats opérationnels », « L'incapacité de la Société de tirer certains avantages attendus de ses ententes commerciales avec les sociétés de télécommunications partenaires en raison de l'érosion éventuelle de leur position sur le marché pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité d'augmenter les prix pourrait avoir une incidence défavorable sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Un ralentissement économique prolongé dans les marchés principaux de la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Des modifications de la réglementation pourraient avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'imposition de nouvelles lois environnementales ou une nouvelle interprétation des lois existantes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société de faire respecter les ententes de non-concurrence conclues avec les sociétés de télécommunications partenaires pourrait réduire la valeur de ses activités », « Les activités de la Société dépendent de la force et de la visibilité de ses marques. L'incapacité de promouvoir ces marques et de renforcer la confiance des consommateurs dans ces marques ou toute publicité négative sur la Société pourrait compromettre sa capacité à étendre ses activités », « Les activités de la Société dépendent de l'utilisation de ses médias mobiles et en ligne, et l'incapacité d'accroître le trafic des médias numériques de la Société pourrait nuire à sa capacité d'augmenter ses produits d'exploitation et d'étendre ses activités », « Le roulement des conseillers médias pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité ou le refus d'agents de commercialisation agréés de faire affaire avec la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière » et « Le dénouement défavorable de poursuites ou d'enquêtes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière » à la rubrique « Risques et incertitudes ». D'autres risques et incertitudes dont la direction n'a pas actuellement connaissance ou qu'elle ne juge pas importants pour l'instant pourraient également avoir un effet défavorable significatif sur les activités, la situation financière ou le rendement de la Société. Bien que les déclarations prospectives contenues dans la présente notice annuelle 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 de la présente notice annuelle, 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.

STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Dénomination, adresse et constitution

Le 20 décembre 2012, la Société, qui a remplacé Financement YPG inc. (auparavant appelée Yellow Média inc.), a restructuré son capital (la « restructuration du capital ») conformément à un plan

d'arrangement approuvé par le tribunal en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (la « LCSA »). Yellow Média Limitée a été constituée sous le régime de la LCSA en vue de réaliser la restructuration du capital. Aux termes de la restructuration du capital, qui a pris effet le 20 décembre 2012, Yellow Média Limitée est devenue la société mère de Yellow Média inc., qui a pris la nouvelle dénomination Financement YPG inc., et les actions ordinaires de Yellow Média Limitée ont commencé à être négociées à la Bourse de Toronto (la « TSX ») sous le symbole « Y ». Voir « Activités de la Société – Restructuration du capital » et « Marché pour la négociation des titres ».

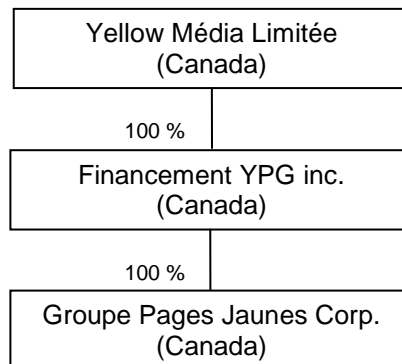
Financement YPG inc., société constituée le 1^{er} novembre 2010 en vertu de la LCSA, est issue de la fusion de l'entité qu'elle a remplacée, appelée également Yellow Média inc., de Commandité YPG, de Canadian Phone Directories Holdings Inc. et de certaines autres sociétés aux termes d'un plan d'arrangement. Financement YPG inc. remplace le Fonds de revenu Pages Jaunes à la suite de la réorganisation de ce dernier le 1^{er} novembre 2010 qui l'a fait passer d'une structure de fiducie de revenu à une structure de société par actions au moyen d'un plan d'arrangement (l'« arrangement relatif à la conversion ») approuvé par le tribunal en vertu de la LCSA. Le 1^{er} novembre 2010, à la suite de l'arrangement relatif à la conversion, les porteurs de parts du Fonds sont devenus porteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc., les parts du Fonds ont été radiées de la cote de la TSX et les actions ordinaires de Yellow Média inc. ont commencé à être négociées à la TSX sous le symbole « YLO ».

Dans le cadre de la conversion, YPG LP a été liquidée et dissoute. La Fiducie et Commandité YPG ont reçu ses actifs et pris en charge ses passifs, de sorte à avoir une participation indivise dans les actifs et les passifs correspondant à leurs participations respectives. La Fiducie a ensuite été liquidée et dissoute. Le Fonds a reçu ses actifs et pris en charge ses passifs. Le Fonds a ensuite été liquidé et dissous. 7341261 Canada Inc. (société constituée sous le régime de la LCSA pour les besoins de l'arrangement relatif à la conversion) a reçu ses actifs et pris en charge ses passifs. Cette dernière a ensuite fusionné avec l'entité remplacée appelée Yellow Média inc, Commandité YPG, Canadian Phone Directories Holdings Inc. et 7341296 Canada Inc. (société constituée sous le régime de la LCSA pour les besoins de l'arrangement relatif à la conversion) pour former Yellow Média inc.

Le siège social et bureau principal de la Société est situé au 16, Place du Commerce, Île-des-Sœurs, Verdun (Québec) Canada, H3E 2A5.

Relations intersociétés

Le diagramme suivant illustre de façon simplifiée la structure de la Société, y compris le lieu d'établissement ou de constitution des diverses entités, en date du 25 mars 2014.



DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DES ACTIVITÉS

Restructuration de l'entreprise

Le 23 juillet 2012, la Société a annoncé un projet de restructuration du capital visant à réduire considérablement sa dette et à améliorer son profil en matière d'échéances, la dette commençant à venir à échéance en 2018. Le 6 septembre 2012, la restructuration du capital a été approuvée par les majorités nécessaires des créanciers et des actionnaires à leurs assemblées respectives. La Cour supérieure du Québec (le « tribunal ») a approuvé la restructuration du capital le 14 décembre 2012 en vertu de l'article 192 de la LCSA. Voir « Activités de la Société – Restructuration du capital ». La mise en œuvre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012 a permis à la Société d'assainir son bilan et de disposer d'une plus grande souplesse financière pour procéder à sa transformation numérique.

Avant la restructuration du capital, la Société avait réalisé, le 1^{er} novembre 2010, l'arrangement relatif à la conversion en vertu duquel le Fonds a converti sa structure de fiducie de revenu en structure de société par actions (Financement YPG inc., auparavant dénommée Yellow Média inc.). Voir « Structure de la Société – Dénomination, adresse et constitution ».

Historique de Yellow Média Limitée

Les paragraphes qui suivent décrivent l'évolution des activités de Yellow Média Limitée au fil des années.

Le premier annuaire imprimé de GPJ a été publié par l'un de ses prédécesseurs en 1908. L'entreprise a été exploitée comme une division de Bell Canada jusqu'en 1971, année où la Société a été constituée en filiale en propriété exclusive de Bell Canada. En novembre 2002, des fonds gérés par Kohlberg Kravis Roberts & Co. et le Régime de retraite des enseignants de l'Ontario ont acheté les activités à des membres du groupe de Bell Canada. En août 2003, la Société a lancé son premier appel public à l'épargne en tant que fiducie de revenu et au milieu de 2004, Kohlberg Kravis Roberts & Co. a vendu le reste de sa participation dans l'entreprise.

De 2004 à 2010, la Société a réalisé un certain nombre d'acquisitions qui lui ont permis, à partir du Québec et de l'Ontario, d'étendre sa présence dans toutes les provinces et tous les territoires du Canada et lui ont procuré une plateforme nationale d'où offrir ses produits et services imprimés et numériques.

En 2010, la Société a lancé Mediative. Mediative est un chef de file en publicité numérique à l'échelle nationale qui offre des services de marketing numérique et de médias de performance de haut niveau pour les agences et les clients nationaux. Elle est aussi propriétaire exploitante de l'un des plus grands réseaux de présentation d'annonces au Canada, gérant l'ensemble des annonces de plus de 500 médias en ligne et offrant un réseau de plus de 20 sites mobiles.

Trader

Le 25 mars 2011, la Société a conclu une entente définitive visant la vente de Trader à des fonds conseillés par Apax Partners. La clôture de l'opération a eu lieu le 28 juillet 2011, moyennant un prix d'achat de 702 millions de dollars, déduction faite des frais et du fonds de roulement estimatif, des honoraires professionnels et d'autres rajustements. Les activités relatives à l'immobilier et les activités du site Web LesPAC.com ont été exclues de la vente. Le 14 novembre 2011, la Société a vendu les actifs de LesPAC inc. à Technologies Interactives Mediagrif inc., moyennant un prix d'achat net de 71 millions de dollars.

ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Yellow Média Limitée 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. La Société offre aux petites et 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. Par l'intermédiaire de sa division Mediative, la Société offre également aux entreprises d'envergure nationale des services haut de gamme de marketing numérique et de médias de performance.

La Société possède l'une des plus grosses banques de données sur les entreprises locales au Canada. L'Information sur les entreprises locales des clients de la Société rejoint les consommateurs canadiens par l'intermédiaire de divers médias imprimés et numériques dont la Société est propriétaire exploitante et par l'intermédiaire de divers réseaux de recherche locale. La Société est propriétaire exploitante de certains des principaux médias et des principales publications au Canada, notamment PagesJaunes.ca^{MC}, YellowPages.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. Les applications mobiles de GPJ pour la recherche d'entreprises locales et de rabais ont été téléchargées plus de 6,5 millions de fois et environ 7,3 millions de visiteurs uniques accèdent à ses destinations en ligne chaque mois. La Société est également propriétaire exploitante d'une interface de programmation d'applications publiques (API) appelée YellowAPI.com, qui contient 1,5 million d'inscriptions d'affaires au Canada et d'autres données sur plus de 270 000 entreprises.

La Société est le plus grand éditeur d'annuaires téléphoniques du Canada et GPJ est l'éditeur officiel des annuaires canadiens de Bell Canada, de Telus, de Bell Aliant, de MTS Allstream 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, GPJ a publié plus de 345 annuaires téléphoniques imprimés, tirés au total à environ 17 millions d'exemplaires.

Poursuite de la transformation numérique de la Société

La première étape de la transformation numérique de la Société s'est achevée en 2013. Après la mise en œuvre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012, la Société a commencé l'année avec un bilan plus solide et une plus grande souplesse financière pour procéder à sa transformation numérique. En 2013, elle s'est dotée de solides fondements dans le numérique en investissant dans le développement de nouveaux produits, processus, technologies et outils tout en valorisant ses marques et le savoir-faire numérique de sa main d'œuvre. Ces investissements ont renforcé ses actifs de base, qui comprennent :

- des médias numériques très fréquentés dont elle est propriétaire exploitante (en ligne et mobiles);
- un vaste réseau de partenariats numériques qui aide les entreprises et les consommateurs à entrer en contact à l'extérieur des médias dont la Société est propriétaire exploitante;
- l'une des plus grosses banques de données de contenu local canadien;
- une gamme complète de solutions marketing et de médias numériques et traditionnels 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 employés hautement compétents.

Marque

La Société consacre d'importantes ressources à la protection de ses marques de commerce et adopte une approche proactive pour protéger l'exclusivité de ses marques.

La Société est propriétaire de plus de 250 marques de commerce liées à son entreprise canadienne d'annuaires, dont les suivantes : Pages Jaunes, Yellow Pages, Walking Fingers & Design^{MC} (logo des doigts qui marchent), Canada411^{MC}, PagesJaunes.ca et YellowPages.ca. En outre, GPJ a conclu avec Bell Canada, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream des conventions d'utilisation de marques de commerce lui donnant le droit exclusif d'utiliser les marques de commerce de ces entreprises dans ses annuaires imprimés et numériques. Voir « Activités de la Société – Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ».

La Société demeure résolue à assurer une présence médiatique locale de premier plan dans tout le pays et à promouvoir la marque de GPJ comme une source fiable de renseignements exacts sur les entreprises locales. En 2013, la Société a lancé de nouvelles campagnes de communication et de marketing afin de susciter l'intérêt des consommateurs, de revaloriser la notoriété de la marque Pages Jaunes et d'encourager le téléchargement et l'utilisation de l'application mobile Pages Jaunes. La Société a mené une intense campagne publicitaire multimédias de six semaines à Toronto de juin à août 2013, visant à faire de la marque Pages Jaunes le choix naturel des Canadiens qui cherchent des renseignements fiables sur les commerces dans leurs quartiers. Cette campagne a été prolongée à l'automne 2013, ciblant plus de 260 000 personnes de la génération Y sur les campus universitaires à Toronto, à Montréal et à Vancouver. GPJ a également lancé, à Toronto, un nouveau projet de sensibilisation et événement appelé *Shop the Neighbourhood* en faveur du magasinage de quartier et de la prospérité des entreprises locales.

Bassin de consommateurs

La Société est propriétaire exploitante de certains des principaux médias numériques au Canada, notamment PagesJaunes.ca^{MC}, Canada411.ca^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC}, Canpages.ca^{MC}, ainsi que les applications de recherche mobile Pages Jaunes, ShopWise et RedFlagDeals. Ces médias sont décrits ci-dessous :

- PagesJaunes.ca^{MC} – disponible en ligne et comme application mobile, PagesJaunes.ca permet aux utilisateurs d'accéder à des renseignements complets et à jour sur les entreprises locales canadiennes;
- ShopWise – application mobile offrant des rabais et des circulaires géolocalisés, ainsi que l'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^{MC} – disponible en ligne et comme application mobile, RedFlagDeals est l'un des principaux fournisseurs canadiens d'outils de magasinage, de bons de réduction et de rabais mobiles et en ligne;
- Canpages.ca^{MC} – 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^{MC} – l'une des destinations en ligne les plus fiables et fréquentées au Canada pour obtenir des coordonnées personnelles;
- YellowAPI.com – interface de programmation d'applications publiques qui donne aux développeurs d'applications et aux partenaires stratégiques l'accès à 1,5 million d'inscriptions d'affaires canadiennes vérifiées et régulièrement mises à jour. Parmi ses partenaires

stratégiques, on trouve Yahoo! Canada, Facebook Inc., Sympatico.ca, TripAdvisor Inc., OpenTable Inc. et Foursquare Labs Inc.

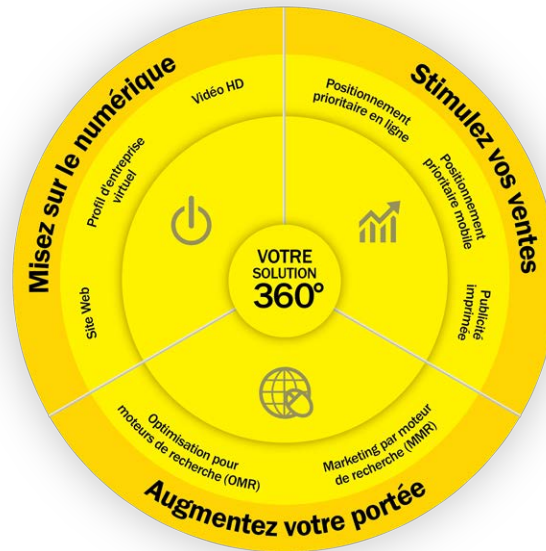
Le réseau de médias de Yellow Média Limitée aide les consommateurs canadiens à trouver des renseignements pour entrer en contact avec les entreprises locales et à satisfaire leurs besoins en matière de magasinage. En 2013, l'application Pages Jaunes a été présentée par Apple Store (Canada) comme l'une 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. Elle a lancé une application ShopWise pour les iPad et a intégré du nouveau contenu sur ses médias phares PagesJaunes, comme les prix de l'essence en temps réel et plus de 6 000 menus de restaurants locaux. La Société a aussi mis au point de nouvelles technologies offrant une expérience de recherche plus rapide, plus riche et plus exacte partout dans ses médias numériques.

Par ailleurs, la Société a publié en 2013 plus de 345 annuaires téléphoniques imprimés distincts qui ont un tirage total d'environ 17 millions d'exemplaires, ce qui en fait le plus grand éditeur d'annuaires téléphoniques au Canada. GPJ est l'éditeur officiel des annuaires canadiens de Bell Canada, de Telus, de Bell Aliant, de MTS Allstream et d'un certain nombre d'autres entreprises de téléphonie titulaires qui détiennent des parts de marché de premier plan sur leurs marchés respectifs.

Clients

La Société sert actuellement environ 276 000 entreprises clientes et demeure résolue à offrir aux entreprises clientes actuelles et éventuelles les campagnes de marketing numérique les plus valables de l'industrie. La Solution 360° Pages Jaunes constitue un élément clé de la transformation numérique de la Société et fait de Yellow Média Limitée un chef de file canadien en marketing numérique. Cette proposition de valeur unique offre aux clients une solution numérique complète, soit des produits et services comme le positionnement prioritaire en ligne et mobile, des solutions de moteurs de recherche, des sites Web, des vidéos et de la publicité imprimée. En 2013, la Société a étendu sa proposition de valeur auprès des entreprises locales en leur offrant une présence sur les médias sociaux. La Société est maintenant en mesure, pour le compte de ses clients, d'utiliser le contenu de base d'affaire de ses clients afin de générer et mettre à jour automatiquement des pages d'affaires Facebook® de base. La Société a également lancé deux types de moteurs de recherche haut de gamme : la solution Avantage numérique et Marketing par moteur de recherche – Rendez-vous. La solution Avantage numérique optimise la présence numérique d'une société en maximisant les occasions d'affaires qualifiées au moyen de divers canaux numériques. Quant à lui, le Marketing par moteur de recherche – Rendez-vous offre une campagne personnalisée de publicité par mots-clés incluant un accès unique à un expert spécialisé en marketing par moteur de recherche et des rapports de rendement approfondis.

Au 31 décembre 2013, la pénétration de l'offre de la Solution 360° Pages Jaunes dans la clientèle de la Société, que nous définissons comme les clients qui achètent au moins trois catégories de produits, est passée à 27,1 %, contre 16,5 % au 31 décembre 2012.



En 2013, la Société a continué d'investir dans sa clientèle en lui offrant une expérience client et vente ainsi qu'une exécution des commandes améliorées de même qu'une gamme de produits évolués. Les conseillers médias de la Société procèdent maintenant à plus de suivis auprès de leurs clients et favorisent plus activement la fidélisation et l'acquisition de clients. Ils sont également munis de technologies, de processus et d'outils de vente améliorés pour offrir aux clients des campagnes de marketing numérique de plus grande valeur. En 2013, la Société a accru la formation de ses agents de service à la clientèle, augmenté les niveaux de services et réduit les délais d'exécution. Elle a également amélioré l'exécution des commandes de produits numériques en 2013 en optimisant les processus de production de sites Web et l'exactitude des publications. Pour augmenter davantage la croissance de produits d'exploitation, la Société a revu la conception de ses canaux d'acquisition de clients en vue d'augmenter le nombre de nouveaux clients et de conversions. Elle a également lancé deux nouveaux types de forfaits, le forfait Croissance affaires et les forfaits Accélérateurs, conçus pour attirer des clients éventuels en leur offrant une présence dans les médias numériques à prix abordable.

Employés

La Société compte quelque 2 900 employés dans ses bureaux au Canada et aux États-Unis. Son équipe de conseillers en ventes, de professionnels de l'exécution des commandes numériques et de directeurs de campagne au Canada est parmi les plus grandes au Canada. Elle dispose d'un effectif de ventes de quelque 1 100 conseillers médias et membres du personnel du soutien aux ventes, qui offrent des services à ses clients partout au Canada. Cet effectif se compose de conseillers médias qui travaillent en vente directe ou en vente au téléphone. Il est divisé selon les catégories particulières de clients, ce qui permet une relation privilégiée avec chaque client.

En 2013, la Société a rajusté son effectif en fonction de sa transformation numérique et a transféré des ressources de ses activités traditionnelles à sa plateforme numérique. Environ 200 professionnels des médias numériques et des technologies de l'information ont été embauchés, ce qui a porté le nombre d'employés dans ces domaines à plus de 850 à la fin de 2013. 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.

Certains conseillers médias ainsi que certains employés de bureau de l'Alberta, du Manitoba, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et du Québec, soit environ 38 % de l'effectif de GPJ, sont syndiqués. Les employés de bureau de GPJ aux États-Unis ne sont pas syndiqués. Le tableau suivant indique les syndicats représentant les employés de GPJ et le statut des conventions collectives en vigueur :

| Syndicat | Unité de négociation | Emplacement | Date d'expiration | Nombre d'employés |
|---|------------------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Canadian Office and Professional Employees' Union | Section locale 131 du COPE | Conseillers médias de l'Ontario, sauf ceux de Thunder Bay | Le 30 juin 2016 | 217 |
| UNIFOR | Section locale 39-4 d'UNIFOR | Conseillers médias de Thunder Bay | Le 30 juin 2016 | 3 |
| UNIFOR | Section locale 6006 d'UNIFOR | Employés de bureau de l'Ontario | Le 31 décembre 2017 | 170 |
| Syndicat des employées et employés professionnels(les) et de bureau | Section locale 574 (S) du SEPB | Conseillers médias du Québec | Le 31 décembre 2013 | 237 |
| Syndicat des employées et employés professionnels(les) et de bureau | Section locale 574 (C) du SEPB | Employés de bureau du Québec | Le 31 mars 2014 | 162 |
| Fraternité internationale des ouvriers en électricité | Section locale 2228 (S) de la FIOE | Conseillers médias de l'Alberta | Le 31 décembre 2015 | 113 |
| Fraternité internationale des ouvriers en électricité | Section locale 2228 (C) de la FIOE | Employés de bureau de l'Alberta | Le 31 décembre 2015 | 6 |
| UNIFOR | Section locale 7 d'UNIFOR | Conseillers médias et employés de bureau du Manitoba | Le 30 septembre 2016 | 32 |
| Canadian Office and Professional Employees' Union | Section locale 378 du COPE | Conseillers médias et de la Colombie-Britannique | Le 31 décembre 2015 | 111 |
| Fraternité internationale des ouvriers en électricité | Section locale 213 de la FIOE | Certains employés de Mur à Mur de la Colombie-Britannique | Le 31 décembre 2014 | 5 |

La Société a entamé des négociations concernant de nouvelles conventions collectives avec la section locale 574 (S) du SEPB. Les négociations avec la section locale 574 (C) du SEPB devraient commencer sous peu. La Société considère qu'elle entretient en général de bonnes relations avec ses employés et elle met tout en œuvre afin de maintenir une relation positive avec les syndicats.

Ventes, production et composants

Une équipe de vente, composée de conseillers médias et de membres du personnel de soutien aux ventes, sollicite les entreprises clientes canadiennes, actuelles et éventuelles, et leur présente un ensemble de produits imprimés et numériques les mieux en mesure de répondre à leurs principaux besoins de marketing. L'équipe de vente recueille les renseignements sur l'entreprise du client et les transmet à l'équipe de production voulue de la Société, qui crée le produit demandé.

Le cycle de vente et de production des produits numériques varie en fonction du produit acheté et des objectifs de marketing précis du client. Le cycle de vente et de production des annuaires imprimés dure environ 12 mois à compter de la date de première vente. Les annuaires imprimés de GPJ sont distribués chaque année par des distributeurs tiers dans les marchés de la Société.

Exception faite de certains produits de marketing par moteur de recherche (« MMR ») et d'optimisation pour moteurs de recherche (« OMR »), qui sont gérés par l'intermédiaire de fournisseurs tiers, la Société gère à l'interne la production et les composants de tous ses produits, y compris la production et l'hébergement de sites Web et de vidéos haute définition (« HD ») (certaines vidéos HD peuvent être produites par l'intermédiaire d'un fournisseur tiers), le processus de compilation des annuaires imprimés et numériques, ainsi que la mise à jour des inscriptions, le traitement des contrats de vente et des commissions, la création et la conception des annonces, la mise en page et le transfert des pages terminées aux annuaires numériques et aux imprimeurs de GPJ pour les annuaires imprimés. GPJ confie à un fournisseur tiers l'impression et la reliure de tous ses annuaires publiés au Canada. La matière première principale utilisée dans la fabrication d'un annuaire imprimé est le papier, dont le coût représente moins de 2 % des produits que GPJ tire des annuaires. GPJ charge des tiers de distribuer ses annuaires dans la région géographique couverte par chaque annuaire.

Aux termes de conventions distinctes de facturation et de recouvrement conclues avec Bell Canada, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream (collectivement, les « sociétés de télécommunications partenaires »), et d'autres compagnies de téléphone indépendantes, la facture mensuelle de GPJ est inscrite sur une ligne distincte dans les factures de téléphone des clients qui utilisent l'entreprise de téléphone titulaire comme fournisseur de services téléphoniques. Les sociétés de télécommunications partenaires fournissent également des services de recouvrement. Voir « Activités de la Société – Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ».

Les clients dont le fournisseur de services téléphoniques n'est pas la compagnie de téléphone titulaire ou qui achètent des produits à l'extérieur du territoire de leur compagnie de téléphone titulaire reçoivent leurs factures directement de GPJ tous les mois. GPJ facture les entrepreneurs vendeurs et les agents de commercialisation agréés (les « ACA ») au moment de la publication de l'annuaire chaque année et ceux-ci facturent leurs clients par la suite.

GPJ compile les produits mensuellement au cours de la durée de vie estimative de la publicité dans l'annuaire imprimé ou l'annuaire numérique, à concurrence de 12 mois à compter de la date de livraison ou d'affichage, respectivement. Le montant facturé aux ACA est reporté et constaté sur les 12 mois suivants.

Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications

GPJ a conclu des conventions de publication avec Bell Canada, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream, dont elle édite officiellement et en exclusivité les annuaires téléphoniques. GPJ a conclu des conventions de licence sans redevance trentenaires qui lui confèrent le droit d'utiliser les marques de commerce Bell (jusqu'en 2032), Telus (jusqu'en 2031), Bell Aliant (jusqu'en 2037) et MTS Allstream (jusqu'en 2036) pour publier des annuaires téléphoniques imprimés et numériques sous quelque format que ce soit (sous réserve de certaines exceptions). Aux termes de ces conventions, Bell, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream ont convenu de ne pas faire concurrence à GPJ dans la création, la publication, la distribution ou le marketing d'annuaires téléphoniques (sous réserve de certaines exceptions) pendant 30 ans suivant la signature de leurs conventions de licence de publication et de marque de commerce

respectives. De plus, GPJ a conclu des conventions de facturation et de recouvrement avec Bell (jusqu'en 2016), Telus (jusqu'en 2031), Bell Aliant (jusqu'en 2037) et MTS Allstream (jusqu'en 2036), aux termes desquelles chacune de ces entreprises offre des services de facturation et de recouvrement pour le compte de GPJ, qui concernent notamment la facturation et le recouvrement des frais de publicité dans les annuaires dus par les clients de GPJ qui sont également clients des sociétés de télécommunications partenaires.

Concurrence

Sur le marché de recherche locale, en ligne, mobile et imprimée ainsi que sur le marché des solutions de publicité multiservices, la Société fait concurrence à des acteurs nationaux et régionaux qui offrent de la publicité à l'intention des entreprises locales, comme les fournisseurs de marketing numérique (y compris en ligne et mobile), les éditeurs d'annuaires d'envergure nationale et régionale, les journaux communautaires, les entreprises qui offrent du publipostage, des brochures et des coupons, ainsi que les agences de publicité.

Dans les médias en ligne de recherche locale, la concurrence provient des moteurs de recherche comme google.ca, bing.ca et yahoo.ca. La Société est également en concurrence avec les sites Web qui fournissent des annonces classées dans des annuaires comme Yelp Inc., TripAdvisor Inc., Urbanspoon.com, WebLocal.ca, MapQuest.ca, Goldbook.ca, Kijiji.ca et Craigslist Inc. ainsi qu'avec des réseaux sociaux comme Facebook Inc., Twitter, Inc. et Foursquare Labs, Inc.

Dans les médias mobiles de recherche locale, la Société doit faire face à la concurrence de moteurs de recherche comme google.ca, yahoo.ca et bing.ca. Elle doit également faire face à la concurrence de médias de recherche comme Yelp Inc., TripAdvisor Inc., Urbanspoon.com, Apple Maps (étant donné les nombreuses applications intégrées iOS dans les appareils mobiles Apple) et Poynt, des petites annonces classées comme Kijiji.ca et Craigslist Inc. ainsi que des organismes de réseautage social comme Facebook Inc., Twitter, Inc. et Foursquare Labs, Inc.

Dans les médias imprimés de recherche locale, la Société doit faire face à la concurrence de journaux communautaires et d'éditeurs indépendants, actifs à l'échelle locale. Au Québec, la Société est en concurrence avec Les Annuaires G.B. inc., qui publie une trentaine d'annuaires destinés aux collectivités. En Ontario, la Société est en concurrence avec Gold Book, filiale de Metroland Media Group, filiale en propriété exclusive de Torstar Corporation, qui publie une quarantaine d'annuaires. En Saskatchewan, la Société concurrence DirectWest Corporation, filiale de Saskatchewan Telecommunications Holding Corporation (SaskTel), l'exploitant de télécommunications provincial établi en Saskatchewan, qui publie une dizaine d'annuaires en Saskatchewan. En Alberta, en Colombie-Britannique et en Ontario, la Société concurrence Actionpages, éditeur américain indépendant, qui a étendu dernièrement ses activités au Canada grâce à 12 annuaires imprimés.

Sur le marché des solutions de publicité multiservices, la Société doit faire face à la concurrence des entreprises qui conçoivent et développent des sites Web ou qui fournissent des services de marketing par moteur de recherche, d'optimisation pour moteurs de recherche, de marketing dans les médias sociaux ou d'affichage numérique. La Société concurrence de nombreux fournisseurs, notamment Bell Canada, Telus et Rogers Communications Inc., qui offrent aux petites et moyennes entreprises des services de conception de sites Web, l'hébergement de sites Web, des noms de domaine et diverses solutions de commerce électronique. Dans les secteurs du marketing par moteur de recherche, d'optimisation pour moteurs de recherche, de marketing dans les médias sociaux ou d'affichage numérique, la Société concurrence des sociétés comme ReachLocal Canada, Rogers Communications inc. et Search Engine People Inc.

Questions d'ordre réglementaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « CRTC ») ne réglemente pas la vente d'annonces dans les annuaires ni les activités de GPJ, sauf en ce qui a trait à la protection des renseignements sur les clients de l'entreprise téléphonique titulaire, qui se voit obligée par règlement

d'imposer certaines exigences contractuelles à la Société en ce qui touche les annuaires téléphoniques d'inscriptions alphabétiques et d'annonces classées. Ces exigences comprennent le droit du client de recevoir, sans frais, des exemplaires de l'annuaire alphabétique dans lequel son numéro de téléphone est inscrit dans tous les marchés où l'entreprise téléphonique titulaire est fournisseur de services téléphoniques locaux titulaires.

Restructuration du capital

Le 23 juillet 2012, la Société a annoncé une restructuration du capital visant à réduire considérablement sa dette et à améliorer son profil en matière d'échéances, la nouvelle dette commençant à venir à échéance en 2018.

Le 6 septembre 2012, la restructuration du capital a été approuvée par les majorités nécessaires des créanciers et des actionnaires à leurs assemblées respectives. L'audition de la demande d'ordonnance finale s'est achevée le 23 octobre 2012. Le 10 décembre 2012, la Société a annoncé avoir conclu un règlement avec les prêteurs des facilités de crédit qui s'opposaient à la restructuration du capital. Le tribunal a rendu son ordonnance définitive et approuvé la restructuration du capital le 14 décembre 2012.

Le 20 décembre 2012, la Société a complété la restructuration du capital, aux termes de laquelle les anciens titres de Financement YPG inc., entité auparavant appelée Yellow Média inc., et tous les droits qui s'y rattachent ont été annulés et échangés contre, selon le cas, une somme en espèces, des actions ordinaires et des bons de souscription de la Société, ainsi que de nouveaux billets garantis de premier rang et de nouvelles débentures échangeables subordonnées de premier rang de Financement YPG inc. Financement YPG inc. est une filiale en propriété exclusive de la Société.

La restructuration du capital a réduit la dette de la Société, y compris les actions privilégiées de série 1 et de série 2, d'environ 1,5 milliard de dollars, et lui a procuré la latitude financière nécessaire à sa transformation en entreprise numérique de solutions médias et marketing; elle lui permet en outre d'accroître la valeur à long terme des intérêts des parties prenantes.

Depuis la restructuration du capital, la dette principale de la Société se compose de billets garantis de premier rang et de débentures échangeables subordonnées de premier rang. Voir « Structure du capital – Description des billets garantis de premier rang » et « Structure du capital – Description des débentures échangeables ».

Le tableau suivant présente ce que les prêteurs de la facilité de crédit qui existait alors, les porteurs de billets à moyen terme de la Société alors en cours, les porteurs des débentures subordonnées non garanties convertibles à 6,25 % alors existantes et les porteurs des actions privilégiées et des actions ordinaires alors existantes ont reçu à la suite de la restructuration du capital.

| | Espèces (\$) | Billets garantis de premier rang (\$) | Débentures échangeables subordonnées de premier rang (\$) | Actions ordinaires (\$) | Bons de souscription (\$) |
|--|-----------------|--|--|-------------------------------|---------------------------------|
| Prêteurs | 70 295 537 | 165 416 165 | 18 118 215 | 4 178 593 | -- |
| Porteurs de billets | 204 704 463 | 634 583 835 | 81 881 785 | 18 884 350 | -- |
| Porteurs de débentures convertibles | -- | -- | 7 500 000 | 497 852 | 484 487 |
| Porteurs d'actions privilégiées | -- | -- | -- | 1 829 635 | 1 045 506 |
| Porteurs d'actions ordinaires | -- | -- | -- | 2 564 647 | 1 465 513 |
| Total | 275 000 000 | 800 000 000 | 107 500 000 | 27 955 077 | 2 995 506 |

Notes

Standard & Poor's Ratings Services (« S&P ») et DBRS Limited (« DBRS ») attribuent aux titres de créance des notes qui varient de AAA, soit la note la plus haute, à D, soit la note attribuée à des titres qui font l'objet d'un défaut de paiement. Les notes de S&P vont de AA à CCC et peuvent être modulées par l'ajout du signe plus « + » ou moins « - » qui indique le classement relatif à l'intérieur d'une catégorie principale de notes. Les notes de DBRS vont de AA à C et peuvent être modulées par l'ajout du qualificatif « (élevé) » ou « (faible) » qui indique le classement relatif d'une note à l'intérieur d'une catégorie de notes donnée.

S&P a attribué à la Société la note de solvabilité générale de B, avec perspectives stables, la note de B+ à ses billets garantis de premier rang (au sens de la rubrique « Structure du capital – Description des billets garantis de premier rang ») et la note de CCC+ à ses débetures échangeables (au sens de la rubrique « Structure du capital – Description des débetures échangeables »).

Les titres d'emprunt auxquels S&P attribue des notes de la catégorie B sont considérés par S&P comme provenant d'émetteurs qui sont plus vulnérables que ceux qui obtiennent la note BB, mais qui ont actuellement la capacité de respecter leurs engagements financiers. En outre, cette note indique, de l'avis de S&P, que des conditions commerciales, financières ou économiques défavorables auront probablement pour effet de miner la capacité ou la volonté de l'émetteur de respecter ses engagements financiers. S&P estime que, lorsqu'elle attribue la note CCC à des titres d'emprunt, l'émetteur est vulnérable à ce moment-là et que le respect de ses engagements financiers est tributaire de conditions commerciales, financières et économiques favorables.

DBRS a attribué à la Société une note d'émetteur de B (faible), une note de solvabilité de CCC (élevé) pour ses billets garantis de premier rang et une note de solvabilité de CCC pour ses débetures échangeables.

Les titres d'emprunt qui sont notés dans la catégorie B par DBRS constituent, de l'avis de celle-ci, des titres de qualité hautement spéculative. En outre, DBRS ajoute qu'il existe un haut niveau d'incertitude quant à la capacité de l'émetteur de respecter ses obligations financières. Les titres d'emprunt qui sont notés dans la catégorie CCC (élevé) et CCC par DBRS sont, de l'avis de celle-ci, des titres de qualité hautement spéculative et dénotent le risque de défaillance du débiteur. Il y a peu de différence entre ces trois catégories. Les notes CC et C sont toutefois normalement appliquées aux obligations considérées comme fortement exposées à un risque de défaillance ou subordonnées à des obligations notées dans la fourchette CCC à B. Les obligations auxquelles le débiteur n'a pas encore légalement manqué mais dont l'inexécution est considérée comme inévitable peuvent être notées dans la catégorie C.

Les notes indiquées ci-dessus fournissent aux investisseurs un avis indépendant sur la solvabilité d'un débiteur. Cependant, elles ne se veulent pas une recommandation d'acheter, de vendre ou de conserver des titres et elles peuvent être révisées ou retirées à tout moment par les agences de notation. Chaque note doit être prise en compte indépendamment de toute autre note.

Installations

Le siège de la Société est situé dans des bureaux loués au 16, Place du Commerce, Île-des-Sœurs, Verdun (Québec), dont le bail expire le 31 décembre 2017. La Société a aussi des bureaux dans la plupart des provinces canadiennes ainsi que deux installations aux États-Unis, dont les principaux sont situés à Scarborough (Ontario), à Burnaby (Colombie-Britannique), Calgary (Alberta), Toronto (Ontario), Saint John (Nouveau-Brunswick), Winnipeg (Manitoba), Blue Bell (Pennsylvanie) et Indianapolis (Indiana).

Responsabilité sociale de l'entreprise et environnement

En 2013, GPJ a redéfini son programme de responsabilité sociale pour mieux refléter sa mission visant à favoriser l'économie de quartier et à appuyer les entreprises locales. Dans cette veine, la Société a lancé *Mon quartier en premier*, initiative qui incarne la volonté à long terme de la Société de soutenir les activités favorisant le succès et la croissance des petites entreprises. Dans le cadre du programme *Mon quartier en premier*, GPJ a lancé *Shop the Neighbourhood* dans la grande région de Toronto à l'automne 2013. Tenu le 30 novembre 2013, cet événement d'un jour a attiré la participation d'environ 2 000 entreprises locales offrant des rabais sur les produits numériques de la Société et a été appuyé par une campagne de marketing de masse ainsi que par des activités de sensibilisation visant à encourager les résidents à acheter localement.

L'initiative *Mon quartier en premier* a aussi donné lieu à d'autres activités, comme *Goûte ton quartier*, événement local à Montréal consistant en marches guidées gratuites dans les rues de la ville pour partir à la découverte de différents cafés, brasseries et restaurants locaux. En 2013, GPJ a également fait don de 25 000 \$ pour appuyer les secours à High River (Alberta) après l'inondation catastrophique de cette région ainsi que 25 000 \$ de plus pour appuyer les secours après les événements tragiques de Lac-Mégantic (Québec). Dans le cadre de *Mon quartier en premier*, la Société a également fait don d'espaces publicitaires gratuits sur ses médias numériques à la Croix Rouge canadienne pour appuyer les secours apportés à ces deux régions ainsi qu'à la Calgary Economic Development Authority pour la promotion de la reconstruction en Alberta. Des documents de marketing et des fonds ont également été donnés pour appuyer la reconstruction d'entreprises locales à New Westminster (Colombie-Britannique) après un incendie dévastateur qui a détruit la plus grande partie du quartier commercial de la région.

La Société n'a déclaré aucun risque environnemental actuel ou possible dans ses installations louées, elle n'a pas fait l'objet de poursuites ou réclamations pour une responsabilité environnementale et n'a reçu aucune demande ou mise en demeure qui pourrait aboutir à de telles poursuites ou réclamations. À l'occasion de sa transformation numérique, GPJ a considérablement réduit sa consommation de papier d'annuaires, soit de plus de 60 % ces cinq dernières années, grâce à des initiatives proactives visant à faire concorder la fabrication et la distribution. GPJ continue également d'offrir son programme de retrait de la liste de distribution des annuaires imprimés, qui permet aux Canadiens de retirer leur adresse de la liste de distribution des annuaires imprimés Pages Jaunes en remplissant le formulaire affiché à l'adresse www.ypg.com/delivery. En 2013, la Société a continué de promouvoir le programme en y ajoutant un numéro de téléphone permettant de refuser le matériel sur la couverture de chaque annuaire, en lançant des campagnes dans les médias sociaux et en cherchant à obtenir l'appui des organismes de recyclage et des organismes environnementaux au Canada.

Le papier utilisé dans les annuaires imprimés est fabriqué par des fournisseurs canadiens et est principalement constitué de copeaux de déchets ligneux. Par ailleurs, les annuaires imprimés sont entièrement recyclables. Les annuaires imprimés caducs ont un taux de recyclage en fin de vie extrêmement élevé comparativement à d'autres documents.

À l'interne, GPJ reconduit son système de recyclage des déchets, du papier, du plastique, du verre, des cartouches d'encre et des piles. Dans les bureaux de GPJ au Canada, l'utilisation du papier a également diminué considérablement en raison des politiques d'impression recto-verso et des processus sans papier pour plusieurs activités, comme la création et la gestion des publicités destinées à la clientèle. GPJ achète aussi du papier recyclé à 100 % et certifié Forest Stewardship Council pour ses bureaux partout au Canada.

Gouvernance d'entreprise

La Société s'engage à respecter des normes déontologiques élevées dans toutes ses activités et pratiques commerciales. Elle a un code de conduite et d'éthique qui est révisé annuellement. Tous les administrateurs et employés de la Société doivent confirmer chaque année avoir lu le code de conduite et d'éthique et en avoir respecté les exigences. La Société a aussi adopté des conditions en matière de

publicité pour ses clients qui sont affichées sur son site Web. Le comité de gouvernance d'entreprise et de nomination de la Société surveille et examine les pratiques de gouvernance d'entreprise.

Poursuites

La Société est partie à diverses poursuites de peu importance dans le cours normal de ses activités; la direction est d'avis qu'aucune de ces poursuites n'aura d'incidence défavorable significative sur le rendement financier et l'exploitation de la Société.

STRUCTURE DU CAPITAL

Description des actions ordinaires

Yellow Média Limitée est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions ordinaires. Au 25 mars 2014, 27 955 864 actions ordinaires de la Société étaient émises et en circulation.

Les porteurs des actions ordinaires de Yellow Média Limitée ont le droit d'exprimer une voix par action ordinaire à toutes les assemblées des actionnaires de la Société, sauf les assemblées où seuls les porteurs d'une autre catégorie ou série d'actions de la Société ont le droit de voter séparément comme catégorie ou série. Les porteurs des actions ordinaires de Yellow Média Limitée ont le droit de recevoir, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions rattachés aux autres catégories d'actions de la Société, les dividendes déclarés par le conseil d'administration de la Société sur les actions ordinaires. Voir « Dividendes et distributions — Politique en matière de dividendes ». En cas de liquidation ou de dissolution, volontaire ou involontaire, de Yellow Média Limitée, les porteurs de ses actions ordinaires ont le droit de recevoir, après paiement de toutes les dettes et sous réserve des droits préférentiels des catégories d'actions de Yellow Média Limitée prenant rang supérieur aux actions ordinaires, le reliquat des actifs et des biens de Yellow Média Limitée.

Régime d'options d'achat d'actions

Dans le cadre de la restructuration du capital, le 20 décembre 2012, un nouveau régime d'options d'achat d'actions (le « régime de 2012 ») a été mis en œuvre. Le régime de 2012 permet au conseil d'administration de faire émettre un maximum de 1 290 612 actions ordinaires aux employés admissibles. Au 25 mars 2014, 559 200 options étaient émises ou en cours.

Description des actions privilégiées

Yellow Média Limitée est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions privilégiées de premier rang rachetables à dividende cumulatif pouvant être émises en série, assorties des droits, privilèges, restrictions et conditions établis par le conseil d'administration de la Société avant leur émission. Au 25 mars 2014, aucune action privilégiée de Yellow Média Limitée n'avait été émise ou n'était en circulation. Les actions privilégiées de chaque série occupent un rang égal à celui des actions privilégiées des autres séries et prennent rang avant les actions ordinaires et toutes les autres actions ayant un rang inférieur aux actions privilégiées à l'égard du versement de dividendes et de la distribution d'actifs en cas de liquidation ou de dissolution volontaire ou forcée de la Société. Elles peuvent également être assorties d'autres droits préférentiels par rapport aux actions ordinaires et aux autres actions d'un rang inférieur, établis au moment de la création de chaque série. Sauf indication contraire dans les conditions particulières d'une série d'actions privilégiées et dans les cas prévus par la loi, les porteurs d'actions privilégiées n'ont pas le droit de voter aux assemblées des porteurs d'actions ordinaires.

Description des billets garantis de premier rang

À la suite de la mise en œuvre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012, la Société, par l'entremise de sa filiale Financement YPG inc., a émis 800 millions de dollars de billets garantis de premier rang à 9,25 % échéant le 30 novembre 2018 (les « billets garantis de premier rang »).

L'intérêt sur les billets garantis de premier rang est payable en espèces trimestriellement à terme échu en versements égaux au taux de 9,25 % par année le dernier jour de février, mai, août et novembre de chaque année aux porteurs inscrits à la fermeture des bureaux le 15 du mois du versement en question. Le premier versement d'intérêt était dû le 28 février 2013 et représentait l'intérêt couru du 20 décembre 2012, inclusivement, au 28 février 2013, exclusivement. Le texte qui suit résume certaines dispositions des billets garantis de premier rang.

Les billets garantis de premier rang sont garantis inconditionnellement en vertu d'un cautionnement de premier rang par la Société et toutes ses filiales assujetties à des restrictions (définies dans l'acte relatif aux billets garantis de premier rang comme étant toutes les filiales de la Société autres que celles désignées par le conseil d'administration comme étant des filiales non assujetties à des restrictions) et sont garanties par une charge de premier rang, sous réserve de certaines charges autorisées, grevant les biens affectés en garantie, qui comprennent la totalité des biens de la Société et des filiales assujetties à des restrictions, qu'ils soient détenus à la date d'effet ou acquis par la suite, sauf certains biens exclus.

L'acte relatif aux billets garantis de premier rang contient des clauses restrictives qui imposent notamment des restrictions à la création de dettes supplémentaires, au paiement de dividendes et d'autres restrictions concernant les paiements, investissements dans des filiales non assujetties à des restrictions, sûretés, cession-bail, fusions, regroupements et ventes d'actifs, certaines opérations avec des membres du même groupe et les activités commerciales. L'acte n'oblige pas à maintenir un certain ratio financier. Les restrictions à l'égard des ratios financiers ne s'appliquent qu'à la création de dettes et à d'autres opérations.

En 2013, la Société a remboursé 153,4 millions de dollars de ses billets garantis de premier rang. Au 25 mars 2014, la Société respectait l'ensemble des clauses restrictives de l'acte relatif aux billets garantis de premier rang.

Remboursement obligatoire

Aux termes de l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, la Société est tenue d'affecter une somme correspondant à 75 % des excédents de trésorerie consolidés (définis ci-après) des deux derniers semestres terminés le 31 mars ou le 30 septembre, selon le cas, au remboursement semestriel, le dernier jour de mai et de novembre de chaque année, à compter du 31 mai 2013, des billets garantis de premier rang à un prix de remboursement correspondant à 100 % du capital de ceux-ci à leurs porteurs sur une base proportionnelle, à condition qu'il lui reste un solde de trésorerie d'au moins 75 millions de dollars (sous réserve de certains ajustements stipulés dans l'acte relatif aux billets garantis de premier rang qui permettent de diminuer ce montant minimal) après le remboursement obligatoire. Les excédents de trésorerie, définis dans l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, sont les flux de trésorerie globaux provenant des activités d'exploitation, rajustés pour tenir compte, notamment, des paiements futurs au titre des intérêts, des impôts, des régimes de rémunération à long terme des employés, de certaines cotisations futures à des régimes de retraite et des acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles. Malgré le droit de la Société de maintenir un solde de trésorerie minimal de 75 millions de dollars, celle-ci est tenue de verser des remboursements obligatoires minimums annuels globaux de (i) 100 millions de dollars pour les paiements combinés échéant le 31 mai 2013 et le 30 novembre 2013; (ii) 75 millions de dollars pour les paiements combinés échéant le 31 mai 2014 et le 30 novembre 2014; (iii) 50 millions de dollars pour les paiements combinés échéant le 31 mai 2015 et le 30 novembre 2015 ou, si les remboursements obligatoires minimums annuels globaux effectués en 2014 dépassent 75 millions de dollars, le remboursement obligatoire minimum annuel global pour 2015 sera de 50 millions de dollars, déduction faite de tout remboursement excédentaire effectué en 2014. La Société est tenue de verser les remboursements obligatoires minimums annuels globaux ci-dessus même si le solde de trésorerie minimal de 75 millions de dollars (ou le solde de trésorerie minimal, compte tenu de certains ajustements stipulés dans l'acte relatif aux billets garantis de premier rang) n'est pas maintenu.

Dans le calcul des excédents de trésorerie consolidés, les déductions au titre des immobilisations corporelles et incorporelles seront plafonnées à un maximum annuel de 50 millions de dollars, tout comme la déduction au titre des coûts des systèmes d'information et technologie d'information.

La Société a fait des remboursements de 26,1 millions de dollars le 31 mai 2013 et de 92,4 millions de dollars le 2 décembre 2013.

Remboursement facultatif

La Société peut rembourser la totalité ou une partie des billets garantis de premier rang à son gré, moyennant remise d'un préavis d'au moins 30 jours et d'au plus 60 jours, à un prix de remboursement calculé comme suit :

- si le remboursement a lieu avant le 31 mai 2017, 105 % du capital, majoré de tout intérêt couru et impayé jusqu'à la date de remboursement;
- si le remboursement a lieu après le 31 mai 2017, 100 % du capital majoré de tout intérêt couru et impayé jusqu'à la date de remboursement.

Le 29 octobre 2013, la Société a exercé son option l'autorisant à racheter 27 millions de dollars de billets garantis de premier rang moyennant 1 050 \$ par tranche de 1 000 \$ de capital et des intérêts courus et impayés de 15,16 \$ par tranche de capital de 1 000 \$, pour une contrepartie en espèces totale de 28,4 millions de dollars.

Achat sur le marché libre

Au troisième trimestre de 2013, la Société a acheté sur le marché libre des billets garantis de premier rang d'un capital de 8 millions de dollars pour une contrepartie en espèces totale de 8,3 millions de dollars.

Pour plus de détails sur les billets garantis de premier rang, veuillez vous reporter à l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, affiché sur SEDAR au www.sedar.com, et à la rubrique « Description des billets garantis de premier rang » de la circulaire de sollicitation de procurations par la direction datée du 30 juillet 2012 relative à l'assemblée tenue le 6 septembre 2012 (la « circulaire relative à la restructuration du capital »), rubrique qui est intégrée par renvoi à la présente notice annuelle, sous réserve de la description ci-dessus. Un exemplaire de la circulaire relative à la restructuration du capital est disponible sur SEDAR au www.sedar.com.

Description des débetures échangeables

À la suite de la mise en œuvre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012, la Société, par l'entremise de sa filiale Financement YPG inc., a émis un capital de 107,5 millions de dollars de débetures échangeables subordonnées de premier rang échéant le 30 novembre 2022 (les « débetures échangeables »). L'intérêt sur les débetures échangeables court au taux de 8 % par année s'il est payé en espèces, ou de 12 % par année si la Société décide de payer en nature l'intérêt à l'égard de la totalité ou d'une partie des débetures échangeables alors en circulation sous forme de débetures échangeables supplémentaires. L'intérêt sur les débetures échangeables est payable semestriellement à terme échu en versements égaux le dernier jour de mai et de novembre de chaque année aux porteurs inscrits à la fermeture des bureaux le 15 du mois du versement en question. Le premier versement d'intérêt était dû le 31 mai 2013 et correspondait à l'intérêt couru entre le 20 décembre 2012, inclusivement, et le 31 mai 2013, exclusivement. Le texte qui suit résume certaines dispositions des débetures échangeables.

Les débetures échangeables sont des obligations subordonnées de premier rang non garanties de Financement YPG inc. Les débetures échangeables ne sont assorties d'aucune sûreté et sont

garanties sans condition de façon subordonnée par la Société et l'ensemble de ses filiales assujetties à des restrictions (définies dans l'acte relatif aux débetures échangeables comme étant toutes les filiales de la Société autres que celles qui sont désignées par le conseil d'administration comme non assujetties à des restrictions).

L'acte relatif aux débetures échangeables contient des clauses restrictives qui imposent notamment des restrictions à la création de dettes supplémentaires, au paiement de dividendes et d'autres restrictions concernant les paiements, investissements dans des filiales non assujetties à des restrictions, sûretés, cession-bail, fusions, regroupements et ventes d'actifs, certaines opérations avec les membres du même groupe. L'acte n'oblige pas à maintenir un certain ratio financier. Les restrictions à l'égard des ratios financiers ne s'appliquent qu'à la création de dettes et à d'autres opérations.

Au 25 mars 2014, la Société respectait l'ensemble des clauses restrictives de l'acte relatif aux débetures échangeables.

Option d'échange

Les débetures échangeables peuvent être échangées, au gré du porteur, contre des actions ordinaires de Yellow Média Limitée en tout temps à un prix d'échange par action ordinaire correspondant à 19,04 \$, sous réserve de rajustement au titre de transactions en capital déterminées.

Remboursement facultatif

La Société peut, en tout temps à compter de la date à laquelle tous les billets garantis de premier rang ont été réglés intégralement, rembourser la totalité ou une partie des débetures échangeables, à son gré, moyennant remise d'un préavis d'au moins 30 jours et d'au plus 60 jours, à un prix de remboursement calculé comme suit :

- si le remboursement a lieu avant le 31 mai 2021, 110 % du capital majoré de tout intérêt couru et impayé jusqu'à la date de remboursement;
- si le remboursement a lieu à compter du 31 mai 2021, 100 % du capital majoré de tout intérêt couru et impayé jusqu'à la date de remboursement.

Pour plus de détails sur les débetures échangeables, veuillez vous reporter à l'acte relatif aux débetures échangeables, affiché sur SEDAR au www.sedar.com, et à la rubrique « Description des débetures échangeables subordonnées de premier rang » de la circulaire relative à la restructuration du capital, rubrique qui est intégrée par renvoi à la présente notice annuelle, sous réserve de la description ci-dessus. Un exemplaire de la circulaire relative à la restructuration du capital est disponible sur SEDAR au www.sedar.com.

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 millions de dollars, 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 forme de prêts au taux préférentiel, à des prêts au taux des acceptations bancaires ou à des 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 millions de dollars si le ratio de couverture des charges fixes de la Société est inférieur à 1,1 fois pour les douze derniers mois. On calcule le ratio sur les douze derniers mois en divisant le BAIIA, déduction faite des dépenses en immobilisations et des impôts, par la somme des intérêts débiteurs, des remboursements obligatoires minimum, des distributions versées en espèces, des paiements en espèces liés aux bénéficiaires futurs, des paiements en espèces liés à la restructuration ainsi que des charges spéciales et des paiements en espèces liés aux prestations de retraite et aux avantages postérieurs à l'emploi. Dans le calcul du ratio, le BAIIA est établi sur une base consolidée et correspond au bénéfice net avant les charges d'intérêt, la

charge d'impôt sur le résultat, la dépréciation des immobilisations incorporelles, la dépréciation des immobilisations corporelles et les frais de restructuration et charges spéciales. Au 25 mars 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 à la création de dettes supplémentaires, au versement de dividendes et d'autres restrictions concernant les paiements, investissements dans des filiales non assujetties à des restrictions, sûretés, cession-bail, fusions, regroupements et ventes d'actifs, certaines opérations avec des membres du même groupe et les activités commerciales.

Au 25 mars 2014, la Société respectait toutes les clauses restrictives de la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs.

Description des bons de souscription

À la suite de la mise en œuvre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012, la Société a émis, au total, 2 995 506 bons de souscription. Chaque bon de souscription est transférable et permet à son porteur d'acheter une action ordinaire de Yellow Média Limitée à un prix d'exercice de 28,16 \$ par bon de souscription, payable au comptant en tout temps jusqu'au 20 décembre 2022 au plus tard.

Changement de contrôle

En cas de changement de contrôle (terme défini dans l'acte relatif aux bons de souscription) de la Société, celle-ci peut, à son gré, acquérir ou annuler tous les bons de souscription en circulation en échange d'une somme en espèces (le « prix de rachat ») calculée comme il est indiqué dans le tableau ci-après. Le prix de rachat sera fondé sur la durée des bons de souscription qui reste à courir entre la date du changement de contrôle et leur expiration (termes définis dans l'acte relatif aux bons de souscription) (la « durée résiduelle »), et sur la valeur totale de la contrepartie offerte ou payable par action ordinaire de Yellow Média Limitée dans le cadre de l'opération donnant lieu au changement de contrôle (le « prix d'offre »), conformément au tableau qui suit :

| Années résiduelles | Prix de l'action | | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 5,00 \$ | 10,00 \$ | 15,00 \$ | 20,00 \$ | 25,00 \$ | 30,00 \$ | 35,00 \$ | 40,00 \$ | 45,00 \$ | 50,00 \$ |
| | Prix de rachat (\$) | | | | | | | | | |
| 10 | 0,51 | 2,35 | 5,13 | 8,51 | 12,29 | 16,35 | 20,60 | 25,00 | 29,51 | 34,11 |
| 9 | 0,40 | 2,03 | 4,64 | 7,89 | 11,57 | 15,56 | 19,77 | 24,14 | 28,63 | 33,21 |
| 8 | 0,30 | 1,72 | 4,12 | 7,22 | 10,80 | 14,72 | 18,88 | 23,21 | 27,67 | 32,24 |
| 7 | 0,21 | 1,39 | 3,58 | 6,51 | 9,97 | 13,80 | 17,91 | 22,20 | 26,65 | 31,20 |
| 6 | 0,13 | 1,08 | 3,02 | 5,75 | 9,07 | 12,81 | 16,85 | 21,11 | 25,53 | 30,08 |
| 5 | 0,07 | 0,77 | 2,42 | 4,93 | 8,08 | 11,71 | 15,69 | 19,92 | 24,33 | 28,87 |
| 4 | 0,03 | 0,49 | 1,81 | 4,03 | 6,98 | 10,49 | 14,40 | 18,60 | 23,01 | 27,56 |
| 3 | 0,01 | 0,24 | 1,19 | 3,05 | 5,75 | 9,11 | 12,95 | 17,13 | 21,56 | 26,15 |
| 2 | 0,00 | 0,07 | 0,60 | 1,98 | 4,32 | 7,48 | 11,27 | 15,47 | 19,96 | 24,63 |
| 1 | - | 0,00 | 0,12 | 0,81 | 2,55 | 5,44 | 9,22 | 13,58 | 18,25 | 23,09 |
| 0 | - | - | - | - | - | 1,84 | 6,84 | 11,84 | 16,84 | 21,84 |

Si le prix d'offre et la durée résiduelle ne sont pas indiqués dans le tableau ci-dessus, alors le prix de rachat sera établi comme suit :

- (i) si le prix d'offre et/ou la durée résiduelle tombent entre deux valeurs indiquées dans le tableau, le prix de rachat sera établi par interpolation linéaire entre les deux prix et les deux durées jusqu'à l'échéance figurant au tableau, selon une année de 365 jours, selon le cas;
- (ii) si le prix d'offre dépasse 50 \$ par action ordinaire, sous réserve du rajustement prévu à l'acte relatif aux bons de souscription, le prix de l'action sera réputé correspondre à 50 \$ et l'excédent du prix réel de l'action sur 50 \$ sera ajouté aux montants figurant dans la colonne « 50 \$ » afin de calculer le prix de rachat applicable;
- (iii) si le prix d'offre est inférieur à 5 \$ par action ordinaire, sous réserve du rajustement prévu dans l'acte relatif aux bons de souscription, le prix de rachat sera nul.

Les prix de l'action indiqués dans le tableau seront rajustés de la même manière que tout rajustement apporté au nombre d'actions ordinaires de Yellow Média Limitée en application de l'acte régissant les bons de souscription.

Pour plus de détails sur les bons de souscription, veuillez vous reporter à l'acte relatif aux bons de souscription, affiché sur SEDAR au www.sedar.com, et à la rubrique « Description des bons de souscription » de la circulaire relative à la restructuration du capital, rubrique qui est intégrée par renvoi à la présente notice annuelle, sous réserve de la description ci-dessus. Un exemplaire de la circulaire relative à la restructuration du capital est disponible sur SEDAR au www.sedar.com.

DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS

Politique en matière de dividendes

Trois dernières années

En janvier 2011, après l'arrangement relatif à la conversion qui a été réalisée en novembre 2010, la Société a commencé à verser un dividende mensuel de 0,0542 \$ (0,65 \$ annuellement) par action

ordinaire de Yellow Média inc. Le premier dividende mensuel a été déclaré en janvier pour les porteurs inscrits le 31 janvier 2011 et a été versé le 15 février 2011.

Le 4 août 2011, le conseil d'administration de la Société a diminué les dividendes en espèces versés aux porteurs d'actions ordinaires de 0,65 \$ à 0,15 \$ par an. Un dividende de 0,025 \$ a été versé le 17 octobre 2011 aux actionnaires inscrits le 30 septembre 2011. Le 28 septembre 2011, le conseil d'administration a déterminé qu'il était dans l'intérêt de la Société d'éliminer les dividendes futurs sur ses actions ordinaires. Cette décision a été prise pour que soient respectées les dispositions de la facilité de crédit de la Société qui a été conclue et annoncée à la même date.

Le 9 février 2012, le conseil d'administration a décidé, après mûre réflexion, qu'il était dans l'intérêt de la Société d'éliminer les dividendes futurs sur les actions privilégiées de série 1, de série 2, de série 3, de série 5 et de série 7 en circulation.

Après la restructuration du capital

Les conditions de la restructuration du capital prévoyaient qu'aucun dividende cumulatif ou impayé ne serait versé à l'égard des actions privilégiées de série 1, de série 2, de série 3, de série 5 et de série 7. Toutes les actions privilégiées de série 1, de série 2, de série 3, de série 5 et de série 7 en circulation ont été annulées par suite de la restructuration du capital le 20 décembre 2012. Dans un avenir prévisible, la Société ne prévoit pas déclarer de dividendes sur les actions ordinaires de Yellow Média Limitée. Toute décision future de verser des dividendes sur les actions ordinaires sera prise à la discrétion du conseil d'administration en fonction, notamment, des résultats opérationnels, des besoins en liquidités, des liquidités excédentaires et de la situation financière de la Société ainsi que des restrictions contractuelles et d'autres facteurs que le conseil d'administration juge pertinents.

Le versement de dividendes par la Société est sévèrement restreint par l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, l'acte relatif aux débentures échangeables et la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs. La Société et ses filiales (soit les filiales autres que certaines filiales qui ne sont pas assujetties à des restrictions) ne peuvent pas déclarer ni verser de dividendes ou de distributions aux porteurs de leurs actions, à l'exception des dividendes ou distributions payables en actions ordinaires ou en certaines actions privilégiées non rachetables, des dividendes ou distributions payables à la Société et à ses filiales et des autres versements exceptionnels autorisés par l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, l'acte relatif aux débentures échangeables et la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs.

Historique des distributions

Actions ordinaires de Financement YPG inc. (en date du 1^{er} novembre 2010)

| Date de l'annonce de l'augmentation/de la diminution | Date de prise d'effet (date du premier dividende) | Montant du dividende par action ordinaire (par mois) |
|---|--|---|
| 11 février 2010 | 15 février 2011 | 0,0542 \$ |
| 4 août 2011 | 17 octobre 2011 | 0,0125 \$ |
| 28 septembre 2011 | s.o. | Néant |

Dividendes sur les actions privilégiées

Les actions privilégiées de série 1 et de série 2 ont été émises respectivement le 6 mars 2007 et le 8 juin 2007 par une société remplacée par Financement YPG inc. Conformément aux modalités et aux taux de dividendes fixes applicables à ces actions, la Société a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants par action privilégiée de série 1 et de série 2 depuis leurs dates d'émission respectives.

| | T1 (\$) | | T2 (\$) | | T3 (\$) | | T4 (\$) | |
|------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|
| | Série 1 | Série 2 | Série 1 | Série 2 | Série 1 | Série 2 | Série 1 | Série 2 |
| 2013 | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2012 | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2011 | 0,26563 | 0,31250 | 0,26563 | 0,31250 | 0,26563 | 0,31250 | 0,26563 | 0,31250 |

Les actions privilégiées de série 3 et de série 5 ont été émises respectivement le 23 septembre 2009 et le 22 décembre 2009 par une société remplacée par Financement YPG inc. Conformément aux modalités et aux taux de dividendes fixes applicables à ces actions, la Société a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants par action privilégiée de série 3 et de série 5 depuis leurs dates d'émission respectives.

| | T1 (\$) | | T2 (\$) | | T3 (\$) | | T4 (\$) | |
|------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|
| | Série 3 | Série 5 | Série 3 | Série 5 | Série 3 | Série 5 | Série 3 | Série 5 |
| 2013 | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2012 | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2011 | 0,42188 | 0,43125 | 0,42188 | 0,43125 | 0,42188 | 0,43125 | 0,42188 | 0,43125 |

Les actions privilégiées de série 7 ont été émises le 9 février 2010 par une société remplacée par Financement YPG inc. Conformément aux modalités et aux taux de dividendes fixes applicables à ces actions, la Société a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants par action privilégiée de série 7 depuis leur date d'émission.

| | T1 (\$) | T2 (\$) | T3 (\$) | T4 (\$) |
|------|------------|------------|------------|------------|
| | Série 7 | Série 7 | Série 7 | Série 7 |
| 2013 | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2012 | Néant | Néant | Néant | Néant |
| 2011 | 0,09375 | 0,09375 | 0,09375 | 0,09375 |

MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Les actions ordinaires et les bons de souscription de Yellow Média Limitée sont inscrits à la cote de la TSX respectivement sous les symboles « Y » et « Y.WT ». Les débetures échangeables de Financement YPG inc. sont inscrites à la cote de la TSX sous le symbole « YPG.DB ».

Cours et valeur des titres de Yellow Média Limitée et de Financement YPG inc.

Les tableaux qui suivent présentent la fourchette mensuelle des prix plafonds et planchers par action ordinaire, bon de souscription et débeture échangeable de Yellow Média Limitée à la fermeture des marchés (TSX), ainsi que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des actions ordinaires, des bons de souscription et des débetures échangeables négociés à la TSX du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2013.

Actions ordinaires (Y)

| Mois en 2013 | Prix par action ordinaire (\$) Plafond mensuel | Prix par action ordinaire (\$) Plancher mensuel | Volume mensuel total des actions ordinaires | Volume quotidien moyen des actions ordinaires |
|---------------------|---|--|--|--|
| Janvier | 8,75 | 6,10 | 2 326 670 | 105 758 |
| Février | 8,16 | 7,30 | 2 415 354 | 127 124 |
| Mars | 10,47 | 8,00 | 2 220 764 | 111 038 |
| Avril | 9,33 | 8,10 | 1 374 167 | 62 462 |
| Mai | 12,14 | 8,40 | 2 308 162 | 104 916 |
| Juin | 11,85 | 10,01 | 1 441 022 | 72 051 |
| Juillet | 12,11 | 11,02 | 628 720 | 28 578 |
| Août | 12,62 | 11,80 | 1 068 032 | 50 859 |
| Septembre | 12,27 | 10,75 | 1 825 416 | 91 271 |
| Octobre | 13,46 | 10,96 | 2 204 810 | 100 219 |
| Novembre | 17,10 | 13,96 | 4 691 246 | 223 393 |
| Décembre | 21,26 | 17,31 | 4 154 966 | 207 748 |

Bons de souscription

| Mois en 2013 | Prix par bon de souscription (\$) Plafond mensuel | Prix par bon de souscription (\$) Plancher mensuel | Volume mensuel total des bons de souscription | Volume quotidien moyen des bons de souscription |
|---------------------|--|---|--|--|
| Janvier | 1,87 | 1,26 | 532 311 | 24 196 |
| Février | 1,80 | 1,59 | 212 899 | 11 205 |
| Mars | 2,45 | 1,69 | 258 784 | 12 939 |
| Avril | 2,32 | 1,80 | 228 365 | 10 380 |
| Mai | 4,46 | 2,27 | 646 484 | 29 386 |
| Juin | 3,86 | 3,15 | 192 252 | 9 613 |
| Juillet | 3,53 | 3,01 | 151 013 | 6 864 |
| Août | 3,68 | 2,68 | 202 398 | 9 638 |
| Septembre | 2,89 | 2,31 | 227 150 | 11 358 |
| Octobre | 2,96 | 2,30 | 183 111 | 8 323 |
| Novembre | 4,60 | 3,08 | 426 691 | 20 319 |
| Décembre | 7,39 | 4,60 | 396 588 | 19 829 |

Débetures échangeables

| Mois en 2013 | Prix par débeture échangeable (\$) Plafond mensuel | Prix par débeture échangeable (\$) Plancher mensuel | Volume mensuel total des débetures échangeables | Volume quotidien moyen des débetures échangeables |
|--------------|--|---|---|---|
| Janvier | 87,99 | 80,00 | 9 443 960 | 429 271 |
| Février | 83,49 | 80,01 | 1 601 023 | 84 264 |
| Mars | 86,00 | 80,75 | 1 681 573 | 84 079 |
| Avril | 85,00 | 80,03 | 2 779 866 | 126 358 |
| Mai | 92,05 | 81,21 | 641 601 | 29 164 |
| Juin | 87,51 | 82,01 | 449 550 | 22 478 |
| Juillet | 89,51 | 84,32 | 493 877 | 22 449 |
| Août | 89,99 | 85,06 | 375 912 | 17 901 |
| Septembre | 90,50 | 85,61 | 6 627 348 | 331 367 |
| Octobre | 91,00 | 85,11 | 6 406 619 | 291 210 |
| Novembre | 103,01 | 91,01 | 8 914 051 | 424 479 |
| Décembre | 111,26 | 104,01 | 1 061 919 | 53 096 |

RISQUES ET INCERTITUDES

Il y a lieu de prendre soigneusement en compte les facteurs de risque suivants, qui pourraient avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

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 du numérique au moyen des moteurs de recherche numérique et des réseaux sociaux. Il est possible que la Société ne puisse livrer concurrence de manière efficace à ces concurrents, dont certains pourraient disposer de plus grandes ressources qu'elle. La stratégie numérique 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 ils pourraient offrir leurs services à un prix inférieur à celui de la Société.

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 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.

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 de produits numériques entraînent des changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs. L'utilisation des annuaires numériques s'est accrue rapidement. 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 commerciaux 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 de réussir à améliorer et 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 produits numériques entraîne des incertitudes quant à savoir si le lancement de nouveaux produits arrivera à compenser la tendance à la baisse du chiffre d'affaires des médias imprimés. Si les produits numériques de la Société ne rapportent pas beaucoup plus, les flux de trésorerie, les résultats opérationnels et la situation financière de la Société en seront gravement affectés.

La Société s'attend à ce que ses produits numériques et ses autres nouveaux médias représentent une part de plus en plus grande de ses ventes, au fur et à mesure que l'utilisation des produits numériques et des autres nouveaux médias augmentera au détriment des annuaires imprimés.

Le repositionnement numérique de la Société au moyen de produits numériques et de nouveaux médias doit faire face à divers défis et risques, notamment les suivants :

- La Société pourrait être incapable de faire augmenter l'utilisation du numérique sur ses sites Web au même rythme que les autres fournisseurs ou pourrait le faire à un rythme plus lent que prévu actuellement.
- L'utilisation du numérique 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.
- Les investissements en technologie de l'information, la modification de produits existants et la conception de nouveaux produits pourraient coûter beaucoup plus cher que prévu à la Société, ce qui risque de réduire sa marge de profit dans l'avenir.
- La Société pourrait ne pas être en mesure de développer 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, l'innovation et l'amélioration constante des produits existants et les fluctuations dans la demande des annonceurs et des utilisateurs finaux de publicité, y compris au chapitre des préférences technologiques.
- La Société pourrait être incapable d'améliorer ses systèmes informatiques 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 amener les annonceurs à oublier ou délaisser l'achat d'espace publicitaire dans les produits imprimés de la Société.

- 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 avoir pour effet de reléguer les sites Web de la Société ou de ses annonceurs à un rang inintéressant dans les résultats de recherche, de carrément les exclure des résultats ou encore de rendre plus difficile ou onéreuse la vente de solutions marketing par moteur de recherche ou de services d'optimisation pour moteurs de recherche à ses annonceurs.
- Les annonceurs de la Société pourraient être réticents à payer la publicité numérique 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 considérablement aux produits d'exploitation de la Société tirés du numérique ainsi qu'à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière.

En outre, étant donné le passage de l'imprimé au numérique et l'incertitude quant à savoir si le lancement de nouveaux produits arrivera à compenser en temps voulu la tendance à la baisse des ventes de médias imprimés, il est à noter que si nos médias numériques ne rapportent pas considérablement plus, nos flux de trésorerie, nos résultats opérationnels et notre situation financière pourraient en être gravement affectés.

L'incapacité de la Société de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent de l'exploitation, de financements par emprunts ou par actions ou d'opérations de refinancement, pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La capacité de la Société de verser les remboursements prévus de sa dette en temps voulu 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 sont indépendants 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 à 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 de plus de liquidités ou qui peuvent mobiliser des fonds plus facilement et à des conditions moins onéreuses pourraient placer la Société en situation concurrentielle désavantageuse.

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 au paiement de sa dette, réduisant ainsi les fonds disponibles pour les activités, les occasions d'affaires futures ou d'autres fins;
- limiter la capacité de la Société à prévoir l'évolution de ses activités et de son secteur ou l'empêcher de réagir avec la souplesse nécessaire;
- placer la Société dans une situation désavantageuse par rapport à ses concurrents moins endettés;
- limiter la capacité de la Société à obtenir du financement additionnel, au besoin, pour son fonds de roulement, ses dépenses d'investissement, ses acquisitions, le service de sa dette ou pour d'autres fins.

En outre, l'acte relatif aux billets de premier rang, l'acte relatif aux débetures convertibles et la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs contiennent des clauses restrictives qui imposent notamment des restrictions à la création de dettes supplémentaires, au paiement de dividendes et d'autres restrictions concernant les paiements, investissements dans des filiales non assujetties à des restrictions, sûretés, cession-bail, fusions, regroupements et ventes d'actifs, ainsi que certaines opérations avec les membres du même groupe et les activités commerciales. Le manquement à ces obligations pourrait donner lieu à un cas de défaut qui, s'il n'est pas corrigé ou autorisé, rendrait la dette visée exigible par anticipation. Dans un tel cas, rien ne garantit que la Société disposerait alors des liquidités nécessaires au remboursement intégral de la dette due aux termes de l'acte relatif aux billets garantis de premier rang, de l'acte relatif aux débetures échangeables ou de la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs, selon le cas.

L'augmentation des cotisations de 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 verse actuellement des cotisations supplémentaires à ses régimes de retraite dans le but de réduire son déficit de solvabilité actuariel et pourrait ultérieurement devoir verser d'autres cotisations supplémentaires à ses régimes de retraite en raison de divers facteurs, dont le rendement futur des actifs de retraite, les taux d'intérêt à long terme et la modification de la réglementation sur les pensions, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur ses liquidités et ses résultats opérationnels.

Les exigences de capitalisation des régimes de retraite de la Société, par suite de l'évaluation des actifs et passifs de ses régimes de retraite, dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont le rendement réel des actifs de retraite, les taux d'intérêt à long terme, la démographie du régime et la réglementation sur les pensions. Des changements à ces facteurs pourraient faire en sorte que les cotisations futures réelles diffèrent sensiblement des estimations actuelles de la Société, qui serait alors tenue, dans l'avenir, de verser d'autres cotisations à ses régimes de retraite, ce qui aurait une incidence défavorable sur sa liquidité, ses activités et 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 sociétés de télécommunications partenaires de remplir leurs obligations découlant des conventions conclues entre elles pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

GPJ a conclu une convention de services de facturation et de recouvrement avec chacune des sociétés de télécommunications partenaires, soit Bell Canada (jusqu'en 2016), TELUS (jusqu'en 2031), MTS Allstream (jusqu'en 2036) et Bell Aliant (jusqu'en 2037). Grâce à ces conventions, la facturation de GPJ figure de manière distincte sur les factures téléphoniques des clients des sociétés de télécommunications partenaires. Les sociétés de télécommunications partenaires sous-traitent la facturation mensuelle des clients auxquels elles fournissent des services téléphoniques locaux. De plus, les sociétés de télécommunications partenaires offrent à GPJ des services de recouvrement visant les clients qui sont aussi les leurs. Par ailleurs, GPJ a conclu des conventions de publication avec chacune des sociétés de télécommunications partenaires. Si GPJ ne respecte pas ses obligations aux termes de ces conventions et que, pour cette raison, les sociétés de télécommunications partenaires les résilient, les autres conventions que la Société a conclues avec les sociétés de télécommunications partenaires pourraient aussi être résiliées, notamment 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 marques et aux licences d'utilisation des marques de commerce de MTS Allstream et la convention relative à la stratégie de marques et aux licences d'utilisation des marques de commerce de Bell Aliant, ainsi que toutes les ententes de non-concurrence que chacune de ces sociétés de télécommunications partenaires a conclues avec GPJ.

La Société et les membres de son groupe ont en outre passé des ententes avec des fournisseurs externes en ce qui a trait à l'impression et à la distribution de leurs annuaires et de leurs publications. Ces ententes se rapportent à des services qui font partie intégrante de l'entreprise de la Société.

L'incapacité des sociétés de télécommunications partenaires ou d'autres fournisseurs de remplir leurs obligations contractuelles (y compris si l'un d'eux demandait la protection des lois canadiennes sur la faillite) pourrait avoir une incidence défavorable significative sur les activités de la Société tant qu'elle n'aura pas trouvé un autre fournisseur capable d'exécuter les services en question. Voir « Activités de la Société — Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ».

L'incapacité de la Société de protéger convenablement 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 la Société dépend grandement de ses marques de produits et marques de commerce. L'incapacité de la Société de protéger efficacement la vitalité et l'intégrité de ces marques de produits et marques de commerce ou d'en créer de nouvelles risquerait de nuire aux résultats opérationnels et à la situation financière de la Société.

Des tiers pourraient contrefaire ou détourner les marques de commerce de la Société ou ses autres droits de propriété intellectuelle ou en contester la validité, ce qui pourrait avoir un effet défavorable significatif sur les activités, la situation financière ou les résultats opérationnels de la Société. Les mesures prises par la Société pour protéger ses marques de commerce et autres droits de propriété pourraient se révéler insuffisantes. Il pourrait être nécessaire d'intenter des poursuites pour faire respecter ou protéger les droits de propriété intellectuelle de la Société et ses secrets commerciaux ou pour établir la validité et l'étendue des droits de propriété d'autres parties. La Société ne peut pas garantir

qu'elle sera en mesure d'empêcher la violation de ses droits de propriété intellectuelle ou le détournement de ses renseignements commerciaux de nature exclusive.

Toute violation ou tout détournement de ce genre pourrait nuire aux avantages concurrentiels actuels et futurs que la Société tire de ses droits de propriété. Par ailleurs, des tiers pourraient poursuivre la Société pour contrefaçon. Tout litige de cette nature pourrait exposer la Société à d'importants dommages-intérêts. Un jugement défavorable découlant d'une poursuite de ce type pourrait contraindre la Société 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 sera sans doute coûteuse en temps et en argent et risque d'accaparer le temps et les ressources de la Société. Toute réclamation d'un tiers pourrait aussi nuire à la capacité de la Société d'utiliser les biens intellectuels visés par ces réclamations.

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 de la Société non membres de la direction sont syndiqués. Les conventions collectives actuelles ont une durée variant de un à cinq ans et expirent à des dates futures diverses. Deux de ces conventions ont expiré et sont en cours de renégociation. Si la Société n'était pas en mesure de renouveler ces conventions au moment de leur renégociation respective, il pourrait en résulter des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail qui pourraient avoir des répercussions défavorables significatives sur l'entreprise de la Société. 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.

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 procèdent à des vérifications continues. À cet égard, la Société estime que tous les frais réclamés par les différentes entités du groupe sont raisonnables et déductibles et que le coût et la déduction du coût en capital utilisés pour les biens amortissables de ces entités ont été calculés correctement. Rien ne garantit toutefois que les autorités fiscales ne contesteront pas ces positions. Si elles réussissent, ces contestations pourraient avoir une incidence défavorable significative sur la situation financière de la Société et affecter le rendement pour les actionnaires.

La perte de relations clés ou des changements dans le niveau de service fourni par des portails numériques, des moteurs de recherche, des sites Web individuels, des fabricants d'appareils mobiles et des fournisseurs de systèmes d'exploitation 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 numériques, moteurs de recherche, sites Web individuels, fabricants d'appareils mobiles et fournisseurs de systèmes d'exploitation (les « médias numériques ») qui font la promotion de ses annuaires numériques. Ces ententes facilitent l'accès au contenu de la Société et aux annonces de ses clients par les médias numériques. Elles permettent à la Société de produire un volume de trafic supérieur à celui qu'elle obtiendrait seule et d'augmenter la clientèle potentielle de ses clients tout en maintenant ses relations avec eux. En retour, les médias numériques obtiennent, par l'entremise de la Société, des contrats de clients qui, autrement, ne feraient pas affaire avec eux. La perte de relations clés ou des changements dans le niveau de service fourni par des médias numériques pourraient avoir une incidence sur le succès des solutions de marketing numérique de la Société. De plus, de nombreux autres concurrents dans les marchés de la Société fournissent des services de marketing numérique, ce qui pourrait inciter les clients de la Société à s'adresser à d'autres fournisseurs de services, parfois plus gros, 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, de ses systèmes de communications et 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 considérablement à la Société, à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière.

En outre, les plans de rétablissement du service après sinistre pourraient se révéler inefficaces après une panne ou une interruption des systèmes informatiques et de TI de la Société occasionnée par l'un des divers risques auxquels ces systèmes sont exposés. Toute panne de ces systèmes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

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

Le succès de la Société est tributaire des capacités, de l'expérience et des efforts personnels des membres de sa haute direction, y compris leur aptitude à attirer et à garder un personnel compétent. La Société est également tributaire du nombre de représentants qu'elle emploie et de leur expérience. La perte des services de ce personnel clé pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

La Société pourrait devoir comptabiliser des charges pour dépréciation supplémentaires

Au troisième trimestre de 2011, la Société a comptabilisé une charge pour dépréciation de 2,9 milliards de dollars au titre du goodwill et des immobilisations incorporelles. Au premier trimestre de 2012, la Société a comptabilisé une charge pour dépréciation supplémentaire de 2,967 milliards de dollars au titre du goodwill et des immobilisations incorporelles. Au quatrième trimestre de 2012, la Société a comptabilisé une charge pour dépréciation supplémentaire de 300 millions de dollars relativement à certaines immobilisations incorporelles et immobilisations corporelles. La Société peut subir d'autres 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 de la Société. Si l'un de ces facteurs réduisait la valeur d'une immobilisation, selon les principes 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.

L'incapacité de la Société d'attirer et de fidéliser des clients pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Les produits d'exploitation de la Société demeurent durement touchés par le nombre réduit de clients. L'incapacité d'offrir à ses clients actuels des solutions de marketing qui répondent à leurs principaux objectifs de marketing et qui produisent un rendement sur le capital investi pourrait limiter la capacité de la Société à fidéliser ses clients actuels. De plus, l'incapacité de repérer et d'attirer de nouveaux clients au moyen des stratégies et des canaux d'acquisition de clients pourrait limiter la capacité de la Société à grossir sa clientèle. Ces événements pourraient avoir une incidence défavorable significative sur les produits d'exploitation, les flux de trésorerie, les résultats d'exploitation et la situation financière de la Société.

Une proportion plus élevée que prévue de produits d'exploitation tirés des produits numériques à marge peu élevée, comme les sites Web, l'OMR et le MMR, pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, sa situation financière et ses résultats opérationnels

La Société offre une gamme complète de produits imprimés et numériques. Chacun d'eux génère des niveaux variés de rentabilité. Les produits imprimés ainsi que les produits de positionnement mobiles et en ligne exigent moins de ressources pour l'exécution des commandes, si bien qu'ils constituent les produits les plus rentables de la Société. Les produits numériques comme les sites Web, la OMR et le MMR sont nettement moins rentables étant donné qu'ils exigent plus de travail pour l'exécution des commandes et des frais de médias plus élevés. Si une proportion plus élevée que prévue de produits d'exploitation est tirée de produits numériques à marge peu élevée comme les sites Web, l'optimisation pour moteurs de recherche et le marketing par moteur de recherche, la rentabilité, les flux de trésorerie, les résultats opérationnels et la situation financière de la Société en subiront gravement les conséquences.

L'incapacité de la Société de tirer certains avantages attendus de ses ententes commerciales avec les sociétés de télécommunications partenaires en raison de l'érosion éventuelle de leur position sur le marché pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Les progrès dans les technologies des communications comme les appareils sans fil et la voix sur protocole Internet ainsi que les facteurs démographiques (comme le passage éventuel des jeunes des communications téléphoniques sur fil vers les technologies de communication sans fil ou autres) peuvent éroder davantage la position sur le marché des services publics téléphoniques, dont les sociétés de télécommunications partenaires. Par conséquent, il est possible que les sociétés de télécommunications partenaires ne demeurent pas le prestataire de services téléphoniques local de base d'une région de services locale précise, que les licences d'éditeur exclusif de la Société sur les marchés ou d'utilisation de leurs marques dans ses annuaires sur ces marchés pourraient ne pas être aussi valables que nous le prévoyons actuellement, et il se pourrait que la Société n'obtienne pas certains des avantages existants découlant de ses ententes commerciales avec les sociétés de télécommunications partenaires.

L'incapacité d'augmenter les prix pourrait avoir une incidence défavorable sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société augmente parfois les prix de ses produits et services. Rien ne garantit que la Société puisse continuer à augmenter les prix à l'avenir. L'incapacité d'augmenter les prix risque d'avoir une incidence défavorable sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Un ralentissement économique prolongé dans les marchés principaux de la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société tire principalement ses revenus de la vente d'annonces dans des annuaires Pages Jaunes^{MC} imprimés et numériques dans tout le Canada. Le produit des annonces de la Société, ainsi que celui des éditeurs d'annuaires en général ne varient habituellement pas de façon importante selon les cycles économiques. Toutefois, une récession prolongée qui toucherait les marchés de la Société, y compris le ralentissement économique mondial actuel, s'il se prolonge, pourrait avoir une incidence défavorable significative sur les activités de la Société. Les incidences défavorables d'une récession sur la Société, y compris le ralentissement économique mondial actuel, pourraient être aggravées par le fait que la majorité des clients de la Société sont des petites et moyennes entreprises. Ces entreprises ont de plus modestes ressources financières et de plus haut taux de faillites que des grandes entreprises et pourraient être plus vulnérables aux récessions prolongées. Par conséquent, ces petites et moyennes entreprises pourraient être davantage enclines à réduire ou à éliminer leurs annonces auprès de la Société, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Un ralentissement économique ou une récession de longue durée risque d'avoir une ou plusieurs des conséquences suivantes, qui pourraient chacune nuire considérablement à la Société, à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière :

- une baisse supplémentaire de la demande pour les annonces dans les médias imprimés et numériques;
- la diminution des tarifs de publicité;
- l'augmentation des créances irrécouvrables dues aux difficultés financières d'annonceurs;
- la perte d'annonceurs;
- la comptabilisation de charges pour dépréciation des immobilisations;
- l'augmentation des frais d'exploitation.

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

À l'heure actuelle, les activités commerciales de la Société ne sont pas réglementées par un organisme de réglementation. Toutefois, la Société fournit des services à des compagnies de téléphone, qui évoluent dans un secteur hautement réglementé. Si ses activités particulières ou la publication d'annuaires en général venaient à être réglementées, la Société pourrait en être sérieusement touchée.

Par ailleurs, à mesure que le secteur de la recherche de commerces locaux se développe, la prestation de services numériques et l'utilisation commerciale d'Internet et d'applications liées à Internet pourraient être assujetties à une réglementation accrue. La réglementation de l'Internet et des services liés à Internet est toujours en voie d'élaboration. Si le régime réglementaire de la Société devenait plus restrictif, notamment en raison d'un renforcement de la réglementation d'Internet, sa rentabilité pourrait chuter, ce qui aurait une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

L'imposition de nouvelles lois environnementales ou une nouvelle interprétation des lois existantes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La Société est assujettie aux lois et à la réglementation qui ont trait à la protection de l'environnement. L'imposition de nouvelles lois environnementales, notamment en ce qui a trait à l'élimination des déchets, une nouvelle interprétation des lois et de la réglementation actuelles ou leur mise en application plus sévère par des organismes gouvernementaux pourraient entraîner de fortes dépenses imprévues qui, à leur tour, nuiraient considérablement à la Société, à ses activités, à ses résultats opérationnels et à sa situation financière.

L'incapacité de la Société de faire respecter les ententes de non-concurrence conclues avec les sociétés de télécommunications partenaires pourrait réduire la valeur de ses activités

La Société a conclu avec chaque société de télécommunications partenaire une entente de non-concurrence aux termes de laquelle chaque société a généralement convenu de s'abstenir de publier des annuaires imprimés ou numériques (sauf sur Internet) composés principalement d'inscriptions sur fil et d'annonces classées de souscripteurs situés dans le marché où elle est l'entreprise de services locaux titulaire et destinés principalement à la clientèle de ces marchés. Toutefois, la mise à exécution d'une clause de non-concurrence peut être demandée uniquement lorsque sont réunies les conditions suivantes :

- elle est nécessaire à la protection de l'intérêt commercial légitime de la partie qui en demande l'exécution;
- elle ne limite pas déraisonnablement la partie qui s'est obligée;
- elle n'est pas contraire à l'intérêt public.

Le caractère exécutoire de l'engagement de non-concurrence est établi par le tribunal d'après l'ensemble des circonstances du moment. C'est pourquoi il est impossible de prédire si le tribunal fera respecter la clause qui oblige les sociétés de télécommunications partenaires à s'abstenir de faire concurrence à la Société pendant la durée des ententes de non-concurrence. Si le tribunal devait déclarer inopérantes les clauses de non-concurrence, les sociétés de télécommunications partenaires pourraient faire directement concurrence à la Société sur des marchés qui leur étaient auparavant interdits. Par exemple, Telus et Bell sont toutes deux fournisseurs de services en publicité numérique, de sorte qu'une concurrence directe de leur part sur ce marché risquerait de nuire à la Société. L'incapacité de la Société de faire appliquer les ententes de non-concurrence conclues avec les sociétés de télécommunications partenaires pourrait avoir une incidence défavorable significative sur ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Les activités de la Société dépendent de la force et de la visibilité de ses marques. L'incapacité de promouvoir ces marques et de renforcer la confiance des consommateurs dans ces marques ou toute publicité négative sur la Société pourrait compromettre sa capacité à étendre ses activités

Afin d'augmenter l'utilisation de ses produits et sa visibilité pour les annonceurs éventuels, la Société a l'intention de continuer à appliquer une stratégie visant à promouvoir ses marques. À ce jour, la Société a fait d'importants investissements en vue d'établir et de positionner ses marques, et elle s'attend à continuer de faire des investissements et d'affecter des ressources aux campagnes de commercialisation et de publicité. La publicité de la Société pourrait ne pas réussir à sensibiliser davantage les consommateurs à ses marques ou ne pas s'avérer rentable. Rien ne garantit que l'augmentation du niveau de sensibilisation des consommateurs entraînera une hausse mesurable des annonceurs, de l'utilisation des sites Web de la Société, des produits d'exploitation généraux, des marges ou de la rentabilité.

Une publicité négative risque également de réduire la valeur des marques de la Société. Cette dernière pourrait faire l'objet d'une telle publicité en raison de divers facteurs, dont un mauvais rendement, des perturbations dans le fonctionnement de ses sites Web, des brèches de sécurité ou un usage abusif de renseignements personnels ou financiers fournis par les clients. Si l'un de ces événements devait se produire, les annonceurs et les consommateurs risqueraient de perdre confiance dans les marques de la Société et l'utilisation de ses sites Web et de ses annuaires imprimés pourrait chuter, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable significative sur les activités de la Société, sa situation financière et ses résultats opérationnels.

Les activités de la Société dépendent de l'utilisation de ses médias mobiles et en ligne, et l'incapacité d'accroître le trafic des médias numériques de la Société pourrait nuire à sa capacité d'augmenter ses produits d'exploitation et d'étendre ses activités

Le succès des campagnes de marketing de nos clients dépend de leur capacité à attirer un bassin de consommateurs de grande valeur. En 2014, la Société investira en vue d'augmenter le bassin de consommateurs de produits numériques partout sur son réseau de médias mobiles et en ligne en améliorant la qualité, l'exhaustivité et la pertinence du contenu distribué à ses médias et en fournissant des applications et des sites attrayants pour la recherche locale. Il se pourrait que la Société ne réussisse pas à augmenter le trafic sur ses médias numériques et que pareils investissements ne se révèlent pas rentables. Rien ne garantit qu'une croissance éventuelle du trafic sur les médias numériques de la Société pourra maintenir ou augmenter les taux de renouvellement des annonces et les dépenses annuelles ni conduire à une hausse mesurable des annonceurs.

Le roulement des conseillers médias pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

La perte d'un grand nombre de conseillers médias d'expérience réduirait vraisemblablement le chiffre d'affaires et pourrait nuire considérablement aux activités de la Société. Le taux de roulement des conseillers médias de la Société est supérieur à celui de ses employés en général. La majeure partie des conseillers médias qui quittent la Société ont moins de deux ans d'expérience. La Société consacre

beaucoup de ressources et de temps à la recherche et à la formation des conseillers médias. Sa capacité à attirer et à fidéliser des vendeurs qualifiés est tributaire de nombreux facteurs indépendants de sa volonté, comme la conjoncture sur les marchés locaux du travail dans lesquels elle exerce ses activités. Une baisse considérable du nombre de conseillers médias risquerait d'avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, sa situation financière et ses résultats opérationnels.

L'incapacité ou le refus d'agents de commercialisation agréés de faire affaire avec la Société pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

Environ 7 % des produits tirés des annuaires de la Société pour 2013 provenaient de la vente d'annonces à des chaînes nationales ou à des chaînes régionales importantes qui ont acheté des annonces dans plusieurs annuaires publiés par la Société. Afin de vendre des annonces à ces comptes, la Société engage sous contrat des ACA, qui sont des tiers indépendants agissant à titre de mandataires pour des clients nationaux et qui conçoivent leurs annonces, organisent le placement de ces annonces dans les annuaires et fournissent des services de facturation. Par conséquent, les liens d'affaires de la Société avec ces clients nationaux dépendent en grande partie du rendement de ces ACA tiers que la Société ne contrôle pas. Tout particulièrement, la Société compte énormément sur cinq de ces ACA, qui représentent environ 5 % des produits tirés des annuaires de la Société pour 2013. Bien que la Société soit d'avis que son lien d'affaires avec ces ACA est mutuellement avantageux et que les autres ACA avec lesquels elle entretient des liens d'affaires actuels ou d'autres tiers pourraient couvrir les besoins de la Société, si certains ACA étaient incapables de fournir leurs services à la Société à des conditions acceptables ou s'ils refusaient de les fournir, cette incapacité ou ce refus pourrait avoir une incidence défavorable significative sur les activités de la Société. En outre, toute baisse du rendement de ces ACA pourrait nuire à la capacité de la Société de générer des produits de ses comptes nationaux et pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

Le dénouement défavorable de poursuites ou d'enquêtes pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière

À l'occasion, la Société est partie à des litiges, à des démarches réglementaires et à d'autres instances avec des autorités gouvernementales et des agences administratives. Le dénouement défavorable de poursuites ou d'enquêtes risque d'entraîner des dommages pécuniaires considérables ou une mesure injonctive qui pourraient nuire aux résultats opérationnels de la Société ou à sa situation financière, de même qu'à sa capacité d'exercer ses activités comme elle le fait actuellement.

AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES

La Société de fiducie CST est l'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres de la Société. Le registre des transferts de titres de la Société est tenu au principal établissement montréalais de la Société de fiducie CST.

ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS DE YELLOW MÉDIA LIMITÉE

Administrateurs

Le tableau suivant présente, pour chaque administrateur actuel de Yellow Média Limitée, son nom, sa province, son État et son pays de résidence, ses fonctions au sein de Yellow Média Limitée et sa participation à divers comités du conseil d'administration, le cas échéant, son poste principal, la date depuis laquelle il est administrateur de Yellow Média Limitée ou des entités qu'elle a remplacées et le nombre d'actions ordinaires ou d'unités d'actions différées (« UAD ») de Yellow Média Limitée dont il a la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, en date du 31 décembre 2013. Le mandat de chacun des administrateurs viendra à échéance à la prochaine assemblée annuelle des actionnaires de Yellow Média Limitée, selon le cas, ou à l'élection de son remplaçant.

| Nom et province ou État de résidence | Poste principal | Administrateur depuis | Nombre d'actions ordinaires en propriété véritable | Nombre d'UAD en propriété véritable |
|---|--|------------------------------|---|--|
| Julien Billot ⁽¹⁾ Montréal (Canada) | Président et chef de la direction, Yellow Média Limitée | Janvier 2014 | Néant | - |
| Robert F. MacLellan ⁽²⁾ Ontario (Canada) | Président du conseil, Northleaf Capital Partners Ltd. | Décembre 2012 | Néant | 27 333 |
| Craig Forman ⁽³⁾ Californie (États-Unis) | Président exécutif du conseil, Appia, Inc. | Janvier 2012 | Néant | 9 153 |
| David A. Lazzarato ⁽⁴⁾ Ontario (Canada) | Administrateur de sociétés | Décembre 2012 | Néant | 9 153 |
| David G. Leith ⁽³⁾⁽⁴⁾ Ontario (Canada) | Administrateur de sociétés | Février 2012 | Néant | 9 153 |
| Judith A. McHale ⁽³⁾⁽⁵⁾ New York (États-Unis) | Présidente et chef de la direction, Cane Investments, LLC | Décembre 2012 | Néant | 9 153 |
| Donald H. Morrison ⁽⁴⁾ Ontario (Canada) | Administrateur de sociétés | Mars 2013 | Néant | 9 153 |
| Martin Nisenholtz ⁽⁵⁾ New York (États-Unis) | Administrateur de sociétés | Mai 2006 | 250 | 9 153 |
| Kalpana Raina ⁽⁵⁾ New York (États-Unis) | Directrice générale, 252 Solutions, LLC | Décembre 2012 | Néant | 9 153 |
| Michael G. Sifton ⁽⁵⁾ Ontario (Canada) | Associé directeur, Beringer Capital | Décembre 2012 | Néant | 9 153 |

- (1) Julien Billot a été nommé au conseil le 1^{er} janvier 2014.
(2) Président du conseil.
(3) Membre du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination.
(4) Membre du comité d'audit.
(5) Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération.

Notices biographiques

Le texte qui suit présente de courtes notices biographiques des administrateurs actuels de Yellow Média Limitée.

Julien Billot est président et chef de la direction de la Société depuis le 1^{er} janvier 2014. Auparavant, il était directeur général adjoint en charge du pôle Média et membre du comité de direction de Solocal Group, société ouverte de recherche d'entreprises locales en France. M. Billot est entré au service de Solocal Group en 2009 afin de superviser les médias appartenant au groupe, notamment les médias internet, mobiles et imprimés. Sous sa direction, les produits d'exploitation totaux provenant de sources numériques sont passés de 35 % à 58 % (58 % pour l'exercice 2012). M. Billot a supervisé le lancement et la croissance des services de tablettes et des applications mobiles de Solocal. En outre, il a surveillé

l'intégration réussie des jeunes entreprises acquises. Avant 2009, M. Billot a dirigé une transformation similaire dans le cadre de ses fonctions de directeur général du groupe Digital et nouvelles entreprises de Lagardère Active, succursale multimédia du groupe Lagardère qui détient des marques comme Elle Magazine. Il a aussi occupé des postes de haute direction pendant 13 ans auprès de France Télécom, principalement comme chef de la direction marketing d'Orange, filiale de téléphonie mobile de la société. M. Billot a également siégé aux conseils d'administration de groupes médiatiques de premier plan comme Sporever Group, Telekom Polska, Newsweb, Doctissimo, Le Monde Interactif, Lagardère Active, ainsi que d'associations de l'industrie numérique en France, comme la Mobile Marketing Association France, la Fondation Télécom, le Conseil Stratégique des TIC et le Prix des Technologies de l'Information. Il siège actuellement aux conseils de Relaxnews, de Turf Editions et de News Republic. M. Billot est diplômé de l'École polytechnique (Paris) ainsi que de Télécom Paris Tech, et possède également un diplôme d'études approfondies (DEA) en économie industrielle de l'Université Paris-Dauphine.

Robert F. MacLellan est président du conseil de Northleaf Capital Partners, premier conseiller et gestionnaire indépendant de fonds de capital investissement et d'infrastructure mondiaux au Canada, poste qu'il occupe depuis novembre 2009. De 2003 à novembre 2009, il a été chef des placements du Groupe Financier Banque TD, où il supervisait la gestion des investissements de la Banque Toronto-Dominion, du Fonds de retraite des employés, des Fonds mutuels TD et de Groupe TD Capital. M. MacLellan est administrateur indépendant de T. Rowe Price depuis 2010. Il est président de son comité d'audit et siège au comité sur la rémunération de la direction. M. MacLellan est président du conseil de Right To Play. M. MacLellan est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université Harvard, d'un baccalauréat en commerce de l'Université Carleton et il est comptable agréé. M. MacLellan est président du conseil et membre d'office de tous les comités du conseil. Il a été nommé président et chef de la direction par intérim de la Société et s'est vu confier les responsabilités attribuées au poste de chef de la direction de la Société pendant la recherche d'un nouveau chef de la direction, soit du 15 août 2013 au 1^{er} janvier 2014, date à laquelle Julien Billot est entré en fonction.

Craig Forman est président exécutif du conseil d'Appia, Inc. depuis août 2011, après avoir occupé en 2010 et 2011 le poste de président directeur du conseil de WHERE, Inc., société de médias géolocalisés qui a été acquise par eBay. De 2006 à 2009, il a été vice-président directeur et président, accès et auditoire, et chef de produits d'EarthLink, Inc., fournisseur de services Internet établi à Atlanta. M. Forman est un dirigeant du secteur technologique qui compte plus de 20 années d'expérience dans l'industrie d'Internet, des médias et des communications. Il a été haut dirigeant de Yahoo! Inc., de Time Warner Inc. et de Dow Jones & Co. M. Forman est administrateur de McClatchy Company, fournisseur d'informations et de nouvelles. Il est également membre du conseil de plusieurs sociétés fermées. M. Forman est titulaire d'un diplôme de premier cycle en affaires publiques et internationales de la Woodrow Wilson School of Public and International Affairs de l'Université Princeton et d'une maîtrise en droit de la Yale Law School. M. Forman a terminé le programme de formation des administrateurs de l'Université Stanford. M. Forman est membre du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination.

David A. Lazzarato est consultant dans l'industrie des médias et de la radiodiffusion, spécialisé dans le développement stratégique, les fusions et acquisitions et le financement. M. Lazzarato a été premier vice-président, Finances de Bell Canada en 2010 et en 2011. Auparavant, il a été chef de la direction de Craig Wireless Systems en 2008. Avant de se joindre à Craig Wireless Systems, M. Lazzarato a été vice-président directeur et chef des finances de Communications Alliance Atlantis Inc. et président du conseil de Motion Picture Distribution de 2005 à 2007. De 1999 à 2004, il a été vice-président directeur et chef des finances de Allstream Inc. (auparavant, AT&T Canada Inc.), et chef des activités de l'entreprise de MTS Allstream Inc. en 2004. M. Lazzarato est président du conseil des gouverneurs de l'Université McMaster et vice-président du conseil du Council of Chairs of Ontario Universities. M. Lazzarato est titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université McMaster et il est comptable agréé, s'étant vu décerner le titre de FCA de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario en 2006. M. Lazzarato s'est également vu décerner l'accréditation IAS.A de l'Institut des administrateurs de sociétés en 2008 et il a également terminé le programme à l'intention des hauts dirigeants du Massachusetts Institute of Technology. M. Lazzarato est président du comité d'audit.

David G. Leith est président du conseil de Manitoba Telecom Services Inc. et de certaines de ses filiales. Auparavant, M. Leith a acquis plus de 25 ans d'expérience dans les domaines du financement par capitaux propres et par emprunt, du financement public et des fusions et acquisitions auprès de Marchés mondiaux CIBC et des sociétés que celle-ci a remplacées. Les derniers postes qu'il a occupés jusqu'en février 2009 sont ceux de vice-président du conseil de Marchés mondiaux CIBC et de directeur général et chef des activités de Services bancaires d'investissement, de Services financiers aux entreprises et de Services de banque d'affaires de Marchés mondiaux CIBC. M. Leith est administrateur de la Compagnie de la Baie d'Hudson, dont il est le président du comité de retraite et membre du comité d'audit et du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination. M. Leith est également administrateur de l'Ontario Infrastructure and Lands Corporation (Infrastructure Ontario) et président du conseil de la Bridgepoint Health Foundation. M. Leith est titulaire d'un baccalauréat ès arts de l'Université de Toronto et d'une maîtrise ès arts de l'Université Cambridge. M. Leith est président du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination et membre du comité d'audit.

Judith A. McHale a été sous-secrétaire d'État à la diplomatie publique et aux affaires publiques du Département d'État des États-Unis de 2009 à 2011. En 2006, M^{me} McHale a collaboré avec le Global Environment Fund, société d'investissement privé, en vue de lancer le fonds GEF/Africa Growth, un instrument de placement qui a pour objectif de fournir des capitaux d'expansion à de petites et moyennes entreprises qui offrent des produits et services de consommation dans les marchés africains émergents. De 2004 à 2006, M^{me} McHale a été présidente et chef de la direction de Discovery Communications, Inc., société mère de Discovery Channel dont elle a été présidente et chef de l'exploitation de 1995 à 2004. M^{me} McHale siège au conseil d'administration de Ralph Lauren Corp., de SeaWorld Entertainment, Inc. et de Hilton Worldwide Holdings Inc. Elle a également siégé au conseil d'administration de John Hancock Financial Services Corp., Potomac Power and Electric Company (PEPCO), Host Hotels and Resorts, Inc. et Digital Globe Inc. M^{me} McHale est diplômée de l'Université de Nottingham (R.-U.) et de la faculté de droit de l'Université Fordham (New York), et elle est titulaire de diplômes honorifiques décernés par l'Université du Maryland, l'American University, l'Université de Miami et Colby College. M^{me} McHale est membre du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination et du comité des ressources humaines et de rémunération.

Donald H. Morrison a pris sa retraite en juillet 2011 après avoir travaillé pour Research in Motion Limited (« RIM »), où il était, depuis septembre 2000, chef de l'exploitation, avec pour mandat le renforcement des activités internationales de RIM et la mise sur pied d'une entreprise de services de classe mondiale. Sous sa direction, RIM a pris de l'expansion dans plus de 175 pays et ses revenus sont passés d'environ 200 millions de dollars par année à près de 20 milliards. Avant de se joindre à RIM, M. Morrison a occupé plusieurs postes de cadre supérieur au Canada, en Europe et aux États-Unis auprès d'AT&T et de Bell Canada. M. Morrison est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires et d'un baccalauréat ès arts de l'Université de Toronto, et il a participé au programme pour cadre de la Darden Business School de l'Université de Virginie.

Martin Nisenholtz est actuellement investisseur associé pour FirstMark Capital. M. Nisenholtz a été conseiller principal de la New York Times Company jusqu'en 2013 et Fellow du Shorenstein Center de l'Université Harvard. En décembre 2011, M. Nisenholtz a pris sa retraite auprès de la New York Times Company, où il travaillait depuis février 2005 à titre de vice-président principal, Exploitation numérique. Il était responsable du développement stratégique, de l'exploitation et de la gestion des médias numériques. Auparavant, et depuis 1999, M. Nisenholtz était chef de la direction de New York Times Digital. En juin 2001, M. Nisenholtz a fondé la Online Publishers Association (OPA), association industrielle représentant les intérêts d'éditeurs en ligne de qualité. M. Nisenholtz siège actuellement au conseil d'administration de Postmedia Network Canada Corp. et préside son comité de surveillance du numérique. Il siège aussi au conseil de Jostens Inc., de Exelate, LLC, de Real Match, LLC et de Sulia, Inc. M. Nisenholtz est titulaire d'un baccalauréat en psychologie de l'Université de Pennsylvanie et d'une maîtrise en communications de la Annenberg School of Communication de l'Université de Pennsylvanie. M. Nisenholtz est membre du comité des ressources humaines et de rémunération.

Kalpana Raina est directrice générale de 252 Solutions, LLC, société d'experts-conseils. M^{me} Raina était auparavant au service de la Bank of New York (la « Banque ») de 1988 à 2006, dont elle était en dernier vice-présidente directrice. La clientèle de M^{me} Raina à la Banque se composait d'entreprises dans les

domaines des médias et des télécommunications, des soins de santé, de la vente au détail, de l'hôtellerie et des loisirs. Pendant son mandat, elle a siégé à plusieurs comités de la Banque, notamment à son comité de crédit et de risque et à son comité de planification. M^{me} Raina siège actuellement au conseil d'administration de John Wiley & Sons Inc., fournisseur de contenus et de services numériques orientés contenus à une clientèle mondiale. Elle siège également au conseil du Information Services Group, société de premier plan dans le domaine des perspectives technologiques, de l'analyse du marché et du conseil. Elle a siégé auparavant au conseil d'administration et au comité d'audit et présidé le comité de mise en candidature et de gouvernance d'entreprise de RealNetworks, Inc.; elle a aussi siégé au conseil d'administration du Center for Communications à New York, association indépendante de médias créée pour favoriser le dialogue entre les entreprises de médias et les établissements d'enseignement. M^{me} Raina est titulaire d'une maîtrise en littérature anglaise de l'Université McMaster et d'un diplôme de premier cycle et d'études supérieures de l'Université de Panjab, en Inde. M^{me} Raina est présidente du comité des ressources humaines et de rémunération.

Michael G. Sifton est associé directeur de Beringer Capital depuis septembre 2009. M. Sifton a passé sa carrière dans le secteur des médias, comptant plus de 20 ans d'expérience directe dans l'industrie des journaux canadiens. Avant de se joindre à Beringer, il a été président et chef de la direction de la Corporation Sun Média, le plus grand éditeur de journaux au Canada par pénétration de foyers et diffusion. M. Sifton a dirigé la création d'Osprey Media Group en 2001, acquise par la Corporation Sun Média en 2007. Avant de créer Osprey, M. Sifton était président de Hollinger Canadian Newspapers G.P. et président et chef de la direction d'Armada Communications, société familiale. M. Sifton est l'ancien président du conseil de la Presse Canadienne et ancien administrateur de l'Association des journaux et de la Banque de données sur l'audience des quotidiens. M. Sifton est président du conseil des gouverneurs du Collège St. Andrew's, à Aurora (Ontario). M. Sifton est titulaire d'un baccalauréat en commerce (avec distinction) de l'Université Queen's. M. Sifton est membre du comité des ressources humaines et de rémunération.

Dirigeants

Le tableau suivant présente, pour chaque dirigeant actuel de Yellow Média Limitée, son nom, sa province, son État et son pays de résidence, ses fonctions au sein de la Société et le nombre d'actions ordinaires de Yellow Média Limitée dont il avait la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, en date du 31 décembre 2013.

| Nom et province de résidence | Poste et principales fonctions | Nombre d'actions ordinaires en propriété véritable | Nombre d'unités d'actions avec restrictions en propriété véritable | Nombre d'unités d'actions liées à la performance en propriété véritable |
|---|-----------------------------------|--|--|---|
| Julien Billot ⁽¹⁾ Québec (Canada) | Président et chef de la direction | Néant | - | - |
| Ginette Maillé Québec (Canada) | Chef de la direction financière | 237 | - | 14 527 |
| Douglas A. Clarke Ontario (Canada) | Premier vice-président, Ventes | 53 | - | 14 527 |
| Nicolas Gaudreau Québec (Canada) | Chef de la direction, Marketing | 140 | - | 12 303 |
| Lise Lavoie Québec (Canada) | Chef de la gestion des talents | 59 | - | 10 228 |

| Nom et province de résidence | Poste et principales fonctions | Nombre d'actions ordinaires en propriété véritable | Nombre d'unités d'actions avec restrictions en propriété véritable | Nombre d'unités d'actions liées à la performance en propriété véritable |
|--|---|--|--|---|
| René Poirier Québec (Canada) | Chef de l'information | Néant | - | 12 303 |
| François. D. Ramsay Québec (Canada) | Premier vice-président, Affaires corporatives et conseiller juridique principal | 601 | - | 13 341 |
| D. Lorne Richmond Ontario (Canada) | Vice-président, Médias imprimés et soutien aux ventes | 582 | - | 12 303 |
| Paul T. Ryan Québec (Canada) | Chef de la technologie | Néant | - | 12 303 |
| Stephen Port Québec (Canada) | Vice-président, Rendement de l'entreprise | 57 | 10 673 | 5 336 |
| Véronique Bergeron Québec (Canada) | Vice-présidente, Ventes - Québec et Canada Atlantique | 14 | 7 313 | 3 656 |
| Jacky Hill Ontario (Canada) | Vice-présidente, Mur à Mur Média | 95 | - | - |
| Jeff Knisley Colombie-Britannique (Canada) | Vice-président, Ventes – Région de l'Ouest | Néant | 8 696 | 4 348 |
| Marie-Josée Lapierre Québec (Canada) | Secrétaire adjointe | 10 | 2 371 | - |
| Darby Sieben ⁽²⁾ Calgary (Canada) | Président, Mediative | Néant | 2 371 | - |
| Chris Long Ontario (Canada) | Vice-président, Ventes - Région centrale | Néant | 9 882 | 4 941 |
| Dominique Vallée Québec (Canada) | Vice-présidente, Ventes, groupe Advantage et initiatives de centres d'appels | 121 | 7 708 | 3 854 |
| Franco Sciannamblo ⁽³⁾ Québec (Canada) | Vice-président, contrôleur corporatif et chef de la comptabilité | Néant | - | - |
| Pierre Van Gheluwe Québec (Canada) | Trésorier | Néant | 7 510 | 3 755 |
| Jamie Blundell ⁽⁴⁾ Ontario (Canada) | Vice-président, Excellence du service à la clientèle | Néant | - | - |

(1) Julien Billot est président et chef de la direction de la Société depuis le 1^{er} janvier 2014.

(2) Darby Sieben est président de Mediative depuis le 6 janvier 2014.

(3) Franco Sciannamblo est vice-président, contrôleur corporatif et chef de la comptabilité depuis le 24 février 2014.

(4) Jamie Blundell est vice-président, Excellence du service à la clientèle depuis le 24 février 2014.

Tous les dirigeants de la Société travaillent pour la Société ou des membres de son groupe depuis au moins cinq ans, à leurs postes actuels ou à d'autres postes de direction, sauf Nicolas Gaudreau qui, de

2008 à 2009, a été vice-président, directeur général de Nurun, Chris Long qui, de 2009 à 2010, a été cadre dirigeant de METCO Networks et de 2004 à 2009, vice-président, Ventes, Centre du Canada de MTS Allstream, René Poirier qui, de 2010 à 2011, a été vice-président principal, Technologie de Transcontinental Inc. et de 2004 à 2010, premier vice-président et directeur général de Tecsys, Pierre Van Gheluwe qui, de 2009 à 2011, a été administrateur, Financement immobilier de SITQ Inc. et, de 2008 à 2009, trésorier de Cadim, division de la Caisse de dépôt et placement du Québec, Paul Ryan qui, de 2011 à 2012, a été chef du développement technologique de Leads 360, de 2009 à 2011, chef du Développement technologique d'OCP, LLC, et, de 2004 à 2009, chef de la direction de DoneRight!, Véronique Bergeron qui, de 1997 à 2013, a occupé différents postes de direction au Service des ventes de JPG, Darby Sieben qui, de 2006 à 2013, a occupé différents postes de direction au Service du marketing; Franco Sciannamblo qui, de 2008 à 2012, a été vice-président, Affaires financières pour Bell marchés d'affaires et grossistes au sein de BCE Inc., et Jamie Blundell, qui, de janvier 2013 à novembre 2013, a été vice-président, Développement des affaires au sein de CarProof et, de 2006 à 2012, vice-président, Exploitation au sein de la Société Trader.

Participations dans la Société

En date du 31 décembre 2013, les administrateurs et dirigeants de la Société, en tant que groupe, avaient la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, de 2 219 actions ordinaires de la Société, ce qui représente environ 0,01 % des actions ordinaires de la Société en circulation.

Interdictions d'opérations, faillites, pénalités ou sanctions

À la connaissance de la Société : a) aucun administrateur ni aucun haut dirigeant de la Société n'est, à la date de la présente notice annuelle, ni n'a été, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, administrateur, chef de la direction ou chef des services financiers d'une société qui, pendant qu'il occupait cette fonction : (i) a fait l'objet d'une interdiction d'opération ou d'une ordonnance semblable ou s'est vu refuser le droit de se prévaloir de toute dispense prévue par la législation en valeurs mobilières en vigueur pendant plus de 30 jours consécutifs; (ii) a, après la cessation de ses fonctions, fait l'objet d'une interdiction d'opération d'une ordonnance semblable ou s'est vu refuser le droit de se prévaloir de toute dispense prévue par la législation en valeurs mobilières en vigueur pendant plus de 30 jours consécutifs en raison d'un événement survenu pendant qu'il exerçait cette fonction; b) aucun administrateur, aucun haut dirigeant de la Société ni aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres de la Société pour avoir une incidence importante sur le contrôle de la Société n'est, à la date de la présente notice annuelle, ni n'a été, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, administrateur ou haut dirigeant d'une société qui, à l'époque où cette personne agissait à ce titre, ou dans l'année suivant le moment où elle a cessé d'agir à ce titre, a fait faillite, a fait une proposition concordataire en vertu d'une loi sur la faillite ou l'insolvabilité, a été poursuivie par ses créanciers, a conclu un concordat avec eux, a pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat avec eux ni ne s'est vue nommer un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite pour détenir ses biens; c) aucun administrateur, aucun haut dirigeant de la Société ni aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres de la Société pour avoir une incidence importante sur le contrôle de la Société, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, n'a fait faillite, n'a fait de proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité ou n'a été poursuivi par ses créanciers, n'a conclu un concordat avec eux, n'a pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat avec eux ni ne s'est vu nommer un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite pour détenir ses biens, à l'exception de M^{me} Ginette Maillé, qui a été chef de la direction financière de Yellow Média inc. et de MM. Craig Forman, David G. Leith et Martin Nisenholtz qui ont été administrateurs de Yellow Média inc. pour diverses périodes immédiatement avant l'annonce de la restructuration du capital le 23 juillet 2012 et sa mise en œuvre le 20 décembre 2012.

Conflits d'intérêts

Aucun administrateur, haut dirigeant de Yellow Média Limitée ou autre initié de Yellow Média Limitée, ni aucune personne liée à ces personnes ou membre du même groupe qu'elles ne se trouvent en situation de conflit d'intérêts réel ou potentiel important avec la Société ou une de ses filiales.

INFORMATION SUR LE COMITÉ D'AUDIT

Le texte qui suit est fourni conformément à l'Annexe 52-110A1 du *Règlement 52-110 sur le comité d'audit* (le « Règlement 52-110 »).

Charte du comité d'audit

La charte du comité d'audit est jointe à l'annexe A de la présente notice annuelle.

Composition du comité d'audit

En date des présentes, le comité d'audit est composé de David A. Lazzarato (président), de David G. Leith et de Donald H. Morrison.

Formation et expérience pertinentes

Tous les membres du comité d'audit sont considérés comme « indépendants » et possèdent des compétences financières au sens du Règlement 52-110, c'est-à-dire qu'ils ont la capacité de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables dans l'ensemble à ceux des questions dont on peut raisonnablement penser qu'elles seront soulevées par les états financiers de la Société. Le conseil est d'avis que les membres du comité d'audit ont les connaissances et les compétences nécessaires à la supervision des contrôles et procédures de communication de l'information financière, des systèmes comptables et des contrôles internes sur l'information financière de la Société. Le tableau qui suit présente l'expérience des membres du comité d'audit.

| Membre du comité | Compétences financières | Expérience formatrice |
|-----------------------------------|-------------------------|--|
| David A. Lazzarato, FCA, IAS.A | Oui | M. Lazzarato a acquis une grande expérience en comptabilité, en financement d'entreprises et en fusions et acquisitions grâce à son rôle de premier vice-président de Bell Canada, chef de la direction de Craig Wireless Systemes Ltd., chef des finances de Communications Alliance Atlantis Inc., chef des activités de l'entreprise de MTS Allstream Inc., premier vice-président et chef des finances d'Allstream (auparavant AT&T Canada), premier vice-président et chef des finances de Radiocommunication BCE Mobile Inc., vice-président et contrôleur de BCE Inc. et premier vice-président, Finances et administration de CAE Electronique Ltée. M. Lazzarato est Fellow de l'Ordre des comptables agréés et titulaire d'un baccalauréat en commerce. Il a terminé le programme de formation continue de l'Institut des administrateurs de sociétés qui comporte un module sur le contrôle de la stratégie, des risques et de la communication de l'information concernant les finances. |
| David G. Leith | Oui | M. Leith a acquis plus de 25 ans d'expérience en financement par capitaux propres et par emprunts, en financement public et en fusions et acquisitions auprès de Marchés mondiaux CIBC et des sociétés qu'elle a remplacées. Derniers postes occupés : vice-président du conseil de Marchés mondiaux CIBC et directeur général et chef des activités de Services bancaires d'investissement, de Services financiers aux entreprises et de Services de banque d'affaires de Marchés mondiaux CIBC. Ayant travaillé dans les secteurs des services bancaires d'investissement, des marchés financiers et des services de banque d'affaires, M. Leith a acquis une vaste expérience |

| Membre du comité | Compétences financières | Expérience formatrice |
|-------------------------|--------------------------------|--|
| Donald H. Morrison | Oui | de l'évaluation et de l'analyse d'états financiers. En tant que président du conseil de Manitoba Telecom Services Inc., il est membre d'office de tous ses comités, y compris le comité d'audit, dont il a été membre avant d'être nommé président. Il siège au comité d'audit de la Compagnie de la Baie d'Hudson et il a également été fiduciaire et membre du comité d'investissement de TransGlobe Apartment Real Estate Investment Trust. M. Morrison a été, de 2000 à 2011, chef de l'exploitation de Research in Motion Limited où il participait à l'analyse et à l'évaluation des états financiers trimestriels. Auparavant, il a occupé un certain nombre de postes de direction au Canada, en Europe et aux États-Unis. Avant de se joindre à Research in Motion Limited, M. Morrison a occupé un certain nombre de postes de direction au sein d'AT&T et de Bell Canada. Il est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université de Toronto et a aussi participé au programme pour cadres de la Darden Business School à l'Université de Virginie, qui comportait un module sur la mise au point de stratégies sur les finances, les budgets d'investissement et l'exploitation. |

En plus de leur expérience générale en affaires décrite ci-dessus, la formation et l'expérience pertinentes des membres du comité sont présentées dans les notices biographiques des administrateurs. Voir « Administrateurs et dirigeants de Yellow Média Limitée — Administrateurs — Notices biographiques ».

Encadrement du comité d'audit

Depuis le début de l'exercice qui s'est terminé le 31 décembre 2013, aucune recommandation du comité d'audit visant la nomination ou la rémunération d'un auditeur externe n'a été refusée par le conseil d'administration de la Société.

Principal auditeur

Au cours des exercices 2012 et 2013, la Société a retenu les services de Deloitte s.r.l. (« Deloitte ») à titre de principal auditeur.

Politiques d'approbation

Le comité d'audit de Yellow Média Limitée a adopté une politique visant les services non liés à l'audit exécutés par Deloitte. Deloitte fournit des services d'audit à Yellow Média Limitée et est également autorisé à fournir des services précis afférents à l'audit et des services liés à la fiscalité. Par ailleurs, Deloitte peut fournir d'autres services, sous réserve, toutefois, de leur autorisation préalable par le président du comité d'audit et de la confirmation de son mandat par le comité d'audit lors de l'assemblée suivante. Cette politique interdit à Deloitte de fournir certains services, de manière à maintenir l'indépendance du cabinet.

Honoraires de l'auditeur externe

Le tableau suivant présente les honoraires approximatifs versés à Deloitte pour les catégories de services indiqués, pour les exercices clos les 31 décembre 2013 et 2012 :

| Catégories d'honoraires | 2013 (\$) | 2012 (\$) |
|---|------------------|------------------|
| Honoraires d'audit | 1 081 000 | 1 954 000 |
| Honoraires pour services liés à l'audit | 168 000 | 491 000 |
| Honoraires pour services fiscaux | 422 000 | 1 736 000 |
| Autres honoraires | - | - |
| TOTAL | 1 671 000 | 4 181 000 |

Honoraires d'audit. Ce sont les honoraires versés pour l'audit des états financiers consolidés annuels de la Société et l'examen de ses états financiers trimestriels. Il s'agit aussi des honoraires pour les services qu'un auditeur indépendant fournit habituellement relativement aux obligations prévues par la loi, aux documents à déposer auprès des autorités de réglementation et aux missions semblables exécutées au cours de l'exercice, comme les lettres d'accord, les consentements et l'aide à l'examen de documents déposés auprès des autorités de réglementation en valeurs mobilières.

Honoraires pour services liés à l'audit. Les honoraires pour services liés à l'audit ont été versés en contrepartie de services rendus par Deloitte qui ne sont pas compris dans les honoraires d'audit susmentionnés. Ces honoraires sont liés à des services non exigés par la loi. Ces services comprenaient essentiellement des services-conseils à l'égard des normes d'information comptable et financière, des audits de régime de retraite des employés et d'autres mandats spéciaux approuvés par le comité d'audit.

Honoraires pour services fiscaux. Ces honoraires sont attribuables à deux catégories de services : la conformité fiscale d'une part, la planification et les conseils fiscaux d'autre part. Ils comprennent l'examen des déclarations de revenus, les services d'aide pour les audits fiscaux, la structure du capital, les opérations d'entreprise et d'autres mandats spéciaux approuvés par le comité d'audit.

Le comité d'audit a établi que les services non liés à l'audit que fournit Deloitte ne nuisent pas à l'indépendance de ce cabinet en tant qu'auditeur.

Le comité d'audit de la Société a adopté une politique visant les services non liés à l'audit exécutés par Deloitte. Deloitte fournit des services d'audit à la Société et est également autorisé à fournir des services précis afférents à l'audit et des services liés à la fiscalité. Par ailleurs, Deloitte peut fournir d'autres services, sous réserve, toutefois, de leur autorisation préalable par le président du comité d'audit et de la confirmation de sa mission par le comité d'audit lors de l'assemblée suivante. Cette politique interdit à Deloitte de fournir certains services, de manière à maintenir l'indépendance du cabinet.

INTÉRÊTS DES EXPERTS

Deloitte est l'auditeur indépendant de Yellow Média Limitée. La Société a été avisée qu'en date des présentes, les membres de Deloitte sont indépendants de Yellow Média Limitée, conformément aux règles du code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés du Québec.

MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES

À la connaissance de la Société, aucun de ses administrateurs ou hauts dirigeants ni aucune personne qui a des liens avec eux ou qui fait partie de leur groupe n'a ou n'a eu d'intérêt important, direct ou indirect, dans toute opération conclue au cours des trois derniers exercices ou de l'exercice courant qui a eu ou aura une incidence importante sur la Société ou ses filiales.

CONTRATS IMPORTANTS

À l'exception des contrats conclus dans le cours normal des affaires de Yellow Média Limitée, les contrats importants conclus par Yellow Média Limitée, au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2013, ou encore en vigueur, sont les suivants :

- l'acte relatif aux bons de souscription intervenu le 20 décembre 2012 entre la Société et la Compagnie Trust CIBC Mellon dans le cadre de la restructuration du capital, prévoyant l'émission de 2 995 506 bons de souscription pouvant être exercés au prix de 28,16 \$ le bon de souscription en tout temps jusqu'au 20 décembre 2022 au plus tard (voir « Structure du capital — Description des bons de souscription »);
- l'acte de fiducie intervenu le 20 décembre 2012 entre Financement YPG inc., la Société, GPJ, Mur à Mur, YPG (USA) Holdings, Inc., Yellow Pages Group, LLC, Compagnie Trust BNY Canada et Bank of New York Mellon dans le cadre de la restructuration du capital, prévoyant l'émission de débentures échangeables (voir « Structure du capital — Description des débentures échangeables »);
- l'acte de fiducie intervenu le 20 décembre 2012 entre Financement YPG inc., la Société, GPJ, Mur à Mur, YPG (USA) Holdings, Inc., Yellow Pages Group, LLC, Compagnie Trust BNY Canada, Bank of New York Mellon et les cautions dans le cadre de la restructuration du capital, prévoyant l'émission de billets garantis de premier rang (voir « Structure du capital — Description des billets garantis de premier rang »);
- la convention d'échange intervenue dans le cadre de la restructuration du capital le 20 décembre 2012 entre la Société, Financement YPG inc. et Compagnie Trust BNY Canada (la « convention d'échange ») prévoyant, notamment, l'émission d'actions ordinaires du capital de la Société à l'échange des débentures échangeables conformément aux conditions de l'acte relatif aux débentures échangeables.

On peut trouver des exemplaires de tous les contrats importants susmentionnés sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

AUTRES RENSEIGNEMENTS

On peut trouver des renseignements supplémentaires relatifs à Yellow Média Limitée sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

D'autres renseignements, concernant notamment la rémunération des administrateurs et des dirigeants et les prêts qui leur ont été consentis, les principaux porteurs des titres de Yellow Média Limitée et les titres autorisés à être émis aux termes de régimes d'actionnariat figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations de la Société visant sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires de Yellow Média Limitée. On peut également trouver d'autres renseignements dans les états financiers consolidés et dans le rapport de gestion de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

Yellow Média Limitée fournira les documents suivants à toute personne physique ou morale qui en fera la demande auprès du secrétaire de la Société, 16, Place du Commerce, Île-des-Sœurs, Verdun (Québec), H3E 2A5 :

- a) lorsque la Société procède au placement de ses titres par voie de prospectus simplifié ou qu'elle dépose un prospectus simplifié provisoire en vue du placement de ses titres :
 - i. un exemplaire de sa plus récente notice annuelle, de même qu'un exemplaire de tout document, ou des pages pertinentes de tout document, intégrés par renvoi aux présentes;

- ii. un exemplaire de ses états financiers consolidés pour le plus récent exercice terminé pour lequel des états financiers ont été déposés, de même qu'un rapport des auditeurs s'y rapportant, et un exemplaire de tous les états financiers intermédiaires consolidés de la Société pour toute période postérieure à son plus récent exercice terminé;
 - iii. un exemplaire de la circulaire de sollicitation de procurations de la Société relative à sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires où ont été élus des administrateurs ou un exemplaire de tout document déposé annuellement qui tient lieu de circulaire de sollicitation de procurations, au besoin;
 - iv. un exemplaire de tout autre document intégré par renvoi au prospectus simplifié provisoire ou au prospectus simplifié et que le Fonds n'est pas tenu de fournir aux termes des alinéas (i) à (iv) ci-dessus;
- b) à tout autre moment, la Société fournira à toute personne physique ou morale un exemplaire de tout autre document auquel il est fait renvoi aux alinéas a)(i), (ii) et (iii) ci-dessus, étant entendu que la Société peut exiger le paiement de frais raisonnables si la demande provient d'une personne physique ou morale qui n'est pas un porteur de titres de la Société.

ANNEXE A

RÈGLES du COMITÉ D'AUDIT (le « comité »)

du CONSEIL D'ADMINISTRATION de YELLOW MÉDIA LIMITÉE

AUTORITÉ

La responsabilité principale de la communication de l'information financière et des contrôles et procédures de communication de l'information, des systèmes comptables et des contrôles internes à l'égard de l'information financière de Yellow Média Limitée (la « Société ») incombe à la haute direction et est surveillée par le conseil d'administration (le « conseil »). Le comité est un comité permanent du conseil établi en vue d'aider ce dernier à exercer ses responsabilités à cet égard.

Le comité a libre accès au personnel, aux documents et aux auditeurs externes de la Société. Il disposera de toutes les ressources nécessaires à l'exercice de ses responsabilités. Dans l'exécution de son mandat, le comité étudiera, analysera et autorisera les activités de la Société comme il le jugera nécessaire. Pour l'aider dans l'exécution de ses fonctions, le comité peut retenir les services de conseillers externes aux frais de la Société. Il fixe et fait verser la rémunération de ces conseillers.

Aucune disposition des présentes règles n'ont pour objet d'augmenter la norme de responsabilité applicable à un administrateur de la Société ou à un membre du comité en vertu de la loi et des règlements. Malgré son mandat précis, le comité n'est pas obligé d'agir à titre d'auditeur, d'effectuer des audits, ni de déterminer si les états financiers de la Société sont complets et exacts.

Les membres du comité sont fondés à se fier, sauf indication contraire : (i) à l'intégrité des personnes et organismes qui leur fournissent des renseignements, (ii) à l'exactitude et à l'exhaustivité des renseignements fournis et (iii) aux déclarations de la direction quant aux services non liés à l'audit fournis à la Société par les auditeurs externes. Les responsabilités de surveillance du comité ne sont pas établies pour que soit déterminé de manière indépendante (i) que la direction a appliqué des principes appropriés en matière de comptabilité et de communication de l'information financière ou qu'elle a employé une procédure ou des mécanismes de contrôle interne appropriés ou (ii) que les états financiers de la Société ont été préparés conformément Normes internationales d'information financière et, s'il y a lieu, que les audits ont été effectués conformément aux normes comptables canadiennes généralement reconnues.

STRUCTURE

1. Le comité est composé, comme l'exige le *Règlement 52-110 sur le comité d'audit*, dans sa version éventuellement modifiée ou remplacée (le « **Règlement 52-110** »), d'au moins trois administrateurs de la Société, qui sont tous (sauf dans la mesure permise par le Règlement 52-110) indépendants au sens de ce Règlement. Un membre du comité est destitué automatiquement s'il cesse d'être un administrateur indépendant.
2. Chaque membre (sauf dans la mesure permise par le Règlement 52-110) doit avoir des compétences financières (définies dans le Règlement 52-110 comme la capacité de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées lors de la lecture des états financiers de la Société).

3. Aucun membre du comité ne peut siéger au comité d'audit de plus de trois sociétés ouvertes, y compris la Société, sauf si le conseil détermine que ces mandats simultanés ne nuisent pas à la capacité du membre de siéger de façon efficace au comité.
4. Aucun membre du comité n'est payé à titre personnel pour siéger au comité. Chacun touche uniquement une rémunération en qualité d'administrateur de la Société, notamment une rémunération raisonnable en qualité de membre du comité et les avantages habituels que reçoivent les autres administrateurs en cette qualité.
5. Le président du comité (le « président ») et les membres du comité sont nommés et sont destitués par voie de résolution du conseil, lequel tient compte des recommandations du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination. Ils demeurent en poste à compter de leur nomination jusqu'à l'assemblée générale annuelle des actionnaires suivante ou jusqu'à la nomination de leur successeur. Le président doit être choisi parmi les membres du comité. Le secrétaire de la Société est le secrétaire du comité. Les membres du comité peuvent être reconduits dans leurs fonctions à la fin de leurs mandats.
6. Toute vacance au comité est pourvue par voie de résolution du conseil, lequel tient compte de la recommandation du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination, conformément aux conditions de son mandat.
7. Le président assume les responsabilités suivantes :
 - 7.1. présider les réunions du comité;
 - 7.2. s'assurer que le comité est efficace et que ses membres travaillent en équipe de façon efficace et productive;
 - 7.3. s'assurer que le comité dispose du soutien administratif nécessaire pour effectuer son travail et remplir ses fonctions;
 - 7.4. assurer la liaison entre le comité et le conseil.
8. En cas d'incapacité d'agir du président ou du secrétaire du comité, selon le cas, le comité choisit un remplaçant parmi ses membres, qui agira à titre de président ou de secrétaire, selon le cas, uniquement à cette réunion.
9. Le comité se réunit au moins une fois chaque trimestre ou plus souvent au besoin. Tout membre du comité, son président, le chef de la direction ou le chef de la direction financière de la Société peut convoquer une réunion. Les réunions peuvent être tenues au téléphone ou par tout moyen de communication qui permet aux participants de communiquer entre eux de façon simultanée.
10. Lors de chaque réunion trimestrielle, le comité rencontre au besoin (i) la direction, (ii) l'auditeur interne, (iii) les auditeurs externes et (iv) tout autre employé interne ou conseiller externe dans le cadre de séances à huis clos distinctes. Lors de toute autre réunion, le comité tient une séance à huis clos.
11. Les dirigeants peuvent assister aux réunions du comité sur invitation afin de collaborer à la discussion et à l'examen des questions à l'étude par le comité.
12. Le quorum aux réunions du comité est constitué par la majorité des membres. Les décisions et les recommandations du comité doivent être approuvées à la majorité des voix exprimées par les

membres présents à la réunion. Chaque membre, y compris le président, a droit à une seule voix. Le président n'a pas de voix prépondérante.

13. Les dispositions des statuts constitutifs et des règlements administratifs de la Société qui réglementent la procédure et les réunions régissent les réunions du comité.
14. Le président approuve l'ordre du jour des réunions et veille à la préparation adéquate et à l'envoi des documents nécessaires aux membres du comité assez à l'avance pour leur permettre de les étudier avant la réunion.
15. Le procès-verbal des réunions du comité d'audit rend compte avec précision des discussions et décisions importantes du comité, notamment des recommandations que le comité doit présenter au conseil. Il est distribué aux membres du comité, aux administrateurs, au chef de la direction, au chef de la direction financière et aux auditeurs externes de la Société.

RESPONSABILITÉS

Le comité exerce les fonctions énoncées dans les présentes règles ainsi que les autres fonctions nécessaires ou appropriées aux termes des lois et des règles boursières applicables, ou que le conseil lui délègue de temps à autre.

Information financière annuelle

1. Examiner les états financiers annuels audités et consolidés de la Société et les notes qui les accompagnent ainsi que le rapport des auditeurs externes, le rapport de gestion et le communiqué qui les concernent avant qu'ils soient rendus publics. Recommander leur approbation au conseil, après avoir consulté la direction et les auditeurs externes et s'être renseigné sur des questions comme la sélection des conventions comptables, les choix comptables importants, les comptes de régularisation et les estimations. Le comité demande à la direction de confirmer que ces états financiers ou cette information financière, ainsi que l'information financière figurant dans les documents annuels déposés par la Société, présentent à tous égards importants une image fidèle de la situation financière, des résultats d'exploitation et des flux de trésorerie de la Société à la date pertinente pour les périodes visées.
2. Examiner avec la direction et les auditeurs externes les conventions comptables, les changements proposés à celles-ci ainsi que les changements importants proposés aux politiques ou aux règlements en matière de valeurs mobilières, notamment en ce qui a trait aux méthodes et conventions comptables cruciales, aux autres manières de traiter l'information financière qui ont été discutées avec la direction, aux conséquences de leur utilisation, aux préférences des auditeurs externes et à toute autre communication importante avec la direction à ces égards. Étudier la communication et l'incidence des éventualités et le caractère raisonnable des provisions, réserves et estimations qui pourraient avoir une incidence importante sur la communication de l'information financière.
3. Examiner la planification et les résultats de l'audit mené par les auditeurs externes, notamment :
 - 3.1 la lettre de mission des auditeurs;
 - 3.2 la portée de l'audit, y compris quant à l'importance relative, aux rapports d'audit requis, aux risques de mission, aux échéanciers et aux dates limites;
 - 3.3 la lettre des recommandations adressée à la direction après la mission, le cas échéant, et la réponse de la direction à cette lettre;

3.4 la forme du rapport d'audit.

États financiers intermédiaires

À l'occasion des réunions ordinaires du conseil, les responsabilités suivantes incombent au comité d'audit :

1. Examiner les états financiers trimestriels consolidés, les notes qui les accompagnent, le rapport de gestion et les communiqués de presse connexes de la Société avant qu'ils soient rendus publics. Recommander leur approbation au conseil, après s'être renseigné à propos de la préparation de ces états auprès de la direction et des auditeurs externes. Le comité demande à la direction de confirmer que ces états financiers ou cette information financière, ainsi que l'information financière figurant dans les documents intermédiaires déposés par la Société, présentent à tous égards importants une image fidèle de la situation financière, des résultats d'exploitation et des flux de trésorerie de la Société à la date pertinente pour les périodes visées.
2. Examiner le choix des nouvelles conventions comptables et les décisions importantes en comptabilité qui surviennent au cours du trimestre.

Auditeurs externes

1. Approuver les services d'audit fournis par les auditeurs externes embauchés pour dresser un rapport d'audit ou un document connexe.
2. Le comité a le pouvoir de communiquer directement avec les auditeurs externes.
3. Surveiller directement le travail des auditeurs externes et discuter avec eux de la qualité, et non seulement du caractère acceptable, des conventions comptables de la Société, y compris (i) toutes les méthodes et conventions comptables cruciales utilisées; (ii) les autres manières de traiter l'information financière qui ont été discutées avec la direction, les conséquences de leur utilisation, les préférences des auditeurs externes ainsi que (iii) toute autre communication écrite importante entre la Société et les auditeurs externes (y compris en ce qui concerne les différends entre les auditeurs externes et la direction concernant la communication de l'information financière et le règlement de ces différends).
4. Recommander les auditeurs qui seront nommés par la Société et examiner leurs compétences, leur rendement et leur indépendance.
5. Dresser la liste des services non liés à l'audit que les auditeurs externes peuvent fournir et la liste des services non liés à l'audit qu'il est interdit aux auditeurs externes de rendre. Tous les services non liés à l'audit doivent être approuvés préalablement par le comité ou, lorsqu'il n'est pas possible ou pratique de le faire, par le président du comité, et les mandats confiés sont confirmés par le comité à sa réunion régulière suivante.
6. Approuver le mode et le montant de la rémunération des auditeurs externes. En faire la recommandation au conseil.
7. S'assurer que les auditeurs externes aient toujours à rendre compte directement au comité et au conseil.
8. Examiner, au moins une fois par année, les compétences, le rendement et l'indépendance des auditeurs externes. Pour ce faire, le comité devrait procéder comme suit :

- 8.1 obtenir et examiner (sous réserve des questions de confidentialité) un rapport des auditeurs externes de la Société décrivant : (i) les mécanismes internes de contrôle de la qualité employés par les auditeurs externes; (ii) les questions importantes soulevées lors du dernier examen interne des mécanismes de contrôle de la qualité des auditeurs externes ou du dernier examen des auditeurs externes réalisé par des pairs, ou soulevées par une enquête des autorités gouvernementales ou d'un ordre professionnel au cours des cinq années antérieures à propos d'un audit indépendant mené par les auditeurs externes, et toutes les mesures prises pour régler ces questions; (iii) les renseignements permettant d'évaluer l'indépendance des auditeurs et tous les liens entre l'auditeur externe et la direction ou les employés de la Société;
 - 8.2 s'assurer que l'associé responsable de la mission d'audit change conformément aux règles de pratique et aux autres exigences qui s'appliquent aux auditeurs externes;
 - 8.3 confirmer auprès de tout auditeur externe indépendant dont les services ont été retenus pour un exercice donné que l'associé responsable de l'exécution ou de la coordination de la mission d'audit (à qui incombe principalement la responsabilité de l'audit) ou que l'associé responsable de l'examen de l'audit n'a pas audité la Société pendant une période couvrant plus de sept ans au total, ou si tel est le cas, que ce rôle n'a pas été repris ou pris en charge avant que cinq ans additionnels ne se soient écoulés.
9. Établir des politiques d'embauche claires concernant les associés, employés et anciens associés et employés des auditeurs externes de la Société et les passer en revue. Aucun cabinet d'experts-comptables ne peut fournir de services d'audit à la Société si le chef de la direction, chef de la direction financière, chef de la comptabilité, contrôleur ou dirigeant occupant un poste équivalent était employé par ce cabinet et a participé à l'audit de la Société au cours de l'année précédant le début de l'audit en cours.
 10. Examiner avec les auditeurs externes les problèmes ou difficultés d'audit et les mesures prises par la direction à cet égard. Résoudre tout différend entre la direction et les auditeurs externes quant à la communication de l'information financière.

Autres données financières publiques

1. Examiner les données financières contenues dans la notice annuelle, le rapport annuel, la circulaire de sollicitation de procurations de la direction, les prospectus, les communiqués de presse et autres documents comprenant des données financières semblables et recommander leur approbation au conseil avant leur communication au public ou leur dépôt auprès des autorités en valeurs mobilières canadiennes ou autres autorités en valeurs mobilières compétentes.
2. S'assurer de la validité des mécanismes visant à garantir la fiabilité des autres documents publics d'information comprenant des données financières auditées et non auditées en consultant la direction à ce sujet.
3. Mettre en place les procédures pertinentes aux fins de l'examen des données financières rendues publiques par la Société, tirées ou dérivées des états financiers, et évaluer périodiquement la pertinence de ces procédures.

Systèmes d'information de gestion et contrôles internes

1. Examiner, surveiller et évaluer la fiabilité, la qualité et l'intégrité des systèmes d'information de gestion et des contrôles internes de la Société, en consultant la direction et en prenant connaissance des rapports de la direction, des auditeurs internes et auditeurs externes à ce sujet.
2. Examiner les procédures relatives aux attestations périodiques par le chef de la direction et le chef de la direction financière de la Société concernant les communications financières, l'existence d'irrégularités importantes sur le plan de la conception ou de l'exécution des contrôles internes qui pourraient avoir des incidences défavorables sur l'inscription, le traitement, le résumé et la communication des données financières, ainsi que les changements importants aux contrôles internes ou au contexte dans lequel ces contrôles ont lieu, notamment la correction d'irrégularités et de faiblesses importantes.
3. Demander l'exécution d'une mission précise ou d'un examen particulier (p. ex. concernant le respect des politiques en matière de conflits d'intérêts).
4. Examiner au besoin l'incidence d'une intervention réglementaire ou comptable, ou de toute autre opération, qui pourrait avoir un effet ou par ailleurs une incidence importante sur la structure financière ou organisationnelle de la Société, notamment les éléments hors bilan.
5. Examiner toute lacune dans les mécanismes de contrôle révélée par les auditeurs externes et les mesures prises par la direction à ce sujet.
6. Examiner au moins une fois par année les politiques d'évaluation et de gestion des risques de la Société, notamment les politiques de couverture par la réalisation d'opérations sur dérivés, et veiller à ce que des mesures raisonnables soient prévues afin d'en assurer la surveillance.
7. Établir une procédure pour la réception, la conservation et le traitement des plaintes ou communications de préoccupations reçues par la Société concernant des questions de comptabilité, de contrôles comptables internes ou d'audit qui assure notamment la confidentialité et l'anonymat des dénonciations d'employés préoccupés par des pratiques de comptabilité ou d'audit douteuses.

Auditeur interne

1. Examiner et approuver la nomination de l'auditeur interne, protéger et promouvoir son indépendance.
2. Superviser de façon générale les fonctions, les responsabilités et le rendement de l'auditeur interne.
3. Examiner et approuver le budget, la rémunération et les ressources de l'auditeur interne.
4. Examiner les rapports rédigés par l'auditeur interne ainsi que le plan d'audit interne.
5. Examiner les recommandations importantes pertinentes que l'auditeur interne présente dans ses rapports au comité, en discuter avec la direction et recevoir les rapports de suivi portant sur les mesures prises relativement aux recommandations.
6. Le comité a le pouvoir de communiquer directement avec l'auditeur interne.

Rapports de conformité

1. Faire rapport au moins une fois par année au conseil à l'égard de la supervision des questions suivantes et de la réception de certificats émanant de la direction qui en confirment le respect :
 - 1.1. les clauses restrictives des contrats de prêts;
 - 1.2. les retenues, déductions et paiements prescrits;
 - 1.3. les normes d'éthique commerciale;
 - 1.4. les lois, règles et règlements de toutes les commissions en valeurs mobilières canadiennes ou autres autorités de réglementation semblables, ainsi que les lois, règles et règlements régissant les bourses où les titres de la Société sont cotés ou émanant de ces bourses;
 - 1.5. les lois et règlements régissant l'exploitation de la Société.

Questions relatives aux retraites

1. Surveiller l'administration et le fonctionnement général du régime de retraite de Groupe Pages Jaunes Corp. (le « régime de retraite ») et du fonds connexe (le « Fonds ») pour le compte du conseil d'administration de Groupe Pages Jaunes Corp. (le « conseil de GPJ »), compte tenu des recommandations du comité de retraite, selon le cas.
2. Nommer les membres d'un comité de gestion (le « comité de retraite ») et déléguer à ce comité toutes les responsabilités qui, de l'avis du comité, touchent des questions de fonctionnement et concernent l'administration et l'investissement du régime de retraite et du Fonds, y compris l'autorité sur les questions de fonctionnement visées par les contrats se rattachant au régime de retraite et au Fonds.
3. Examiner les modifications apportées au régime de retraite et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
4. Examiner annuellement les objectifs de financement du régime de retraite et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
5. Examiner les évaluations actuarielles dressées par l'actuaire relativement au régime de retraite et au Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
6. Examiner les rapports du comité de retraite, y compris ceux concernant l'administration quotidienne du régime de retraite et du Fonds, les procédures de supervision et de surveillance connexes (le « système de contrôle ») et l'investissement du Fonds, et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
7. Au moins chaque année, examiner la liste des politiques et procédures de placement (la « politique de placement ») du Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
8. Examiner tous les états financiers du Fonds et faire des recommandations au conseil de GPJ à cet égard.

9. Examiner la structure de gouvernance du régime de retraite et du Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de GPJ.
10. Commenter ou recommander la nomination (y compris sa durée et les changements qui y sont apportés) ou la destitution d'une personne qui fournit des services relatifs au régime de retraite et au Fonds, notamment des agents d'administration des prestations, des agents de financement, l'actuaire, l'auditeur du Fonds, des gestionnaires de placement (y compris un changement à la répartition de l'actif géré par chacun de ces gestionnaires de placement) et tous les autres conseillers.
11. De façon périodique, selon ce que détermine le comité, obtenir du comité de retraite l'assurance (i) que le régime de retraite et le Fonds sont administrés et investis conformément au libellé du régime de retraite, aux arrangements contractuels applicables, à la politique de placement applicable et aux lois applicables ; et (ii) qu'on adhère au système de contrôle et qu'aucune violation importante n'a été constatée.
12. Faire rapport au conseil de GPJ, au moins trimestriellement, à l'égard de l'administration du régime de retraite et du Fonds et des activités du comité de retraite et du comité relatives au régime de retraite et au Fonds.

Autres responsabilités

1. Examiner le caractère adéquat de la couverture d'assurance.
2. Examiner le caractère adéquat du financement de la Société, y compris les conditions et modalités.
3. Superviser toute enquête sur les fraudes, les actes illégaux ou les conflits d'intérêts et le mécanisme de déclaration de problèmes prévu aux termes de la politique sur la déclaration de problèmes.
4. Discuter avec les conseillers juridiques de la Société de l'état des litiges en instance ou imminents, des réclamations ou d'autres éventualités et du caractère adéquat de l'information communiquée à cet égard.
5. Examiner tous les documents relatifs aux opérations entre parties liées.
6. Préparer et examiner les documents d'information concernant le comité éventuellement exigés par le Règlement 52-110.

Rapports

1. Après chaque réunion, faire rapport au conseil, par l'entremise du président, des discussions et décisions importantes du comité d'audit. À cet égard, le procès-verbal des réunions du comité est distribué aux autres membres du conseil et mis à leur disposition.
2. Examiner et évaluer chaque année le mandat du comité et recommander d'éventuels changements au conseil. Le comité s'assure que des mécanismes sont en place afin d'évaluer chaque année son rendement et son efficacité conformément au processus élaboré par le comité de gouvernance d'entreprise et de nomination et approuvé par le conseil.

Approuvé par le conseil de la Société le 20 décembre 2012.

Dernière révision : le 5 novembre 2013