

Rapport de gestion

Le 4 août 2011

Le présent rapport de gestion vise à aider le lecteur à comprendre et à évaluer les tendances et les changements d'importance liés aux résultats opérationnels et à la situation financière de Yellow Média inc. (ou la Société) et de ses filiales pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011. Ce rapport doit être lu parallèlement à nos états financiers consolidés audités et aux notes annexes ainsi qu'au rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2010, et à nos états financiers consolidés résumés intermédiaires non audités et aux notes annexes pour la période close le 30 juin 2011. Les rapports trimestriels, le rapport annuel et les informations supplémentaires figurent à la section « Rapports financiers » du site Web de la Société, à l'adresse www.ypg.com. Pour obtenir de plus amples renseignements, notamment notre notice annuelle, veuillez visiter le site de SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

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

L'information et les valeurs non auditées liées aux IFRS fournies dans le présent rapport de gestion ont été préparées selon les normes et les interprétations actuellement publiées et devant être en vigueur à la clôture de notre premier exercice en vertu des IFRS, qui aura lieu le 31 décembre 2011.

Les montants présentés dans le présent rapport de gestion et les états financiers intermédiaires qui l'accompagnent pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2010 ont été retraités pour refléter l'adoption des IFRS, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2010. Les périodes antérieures au 1^{er} janvier 2010 n'ont pas été retraitées et ont été préparées conformément aux PCGR du Canada. La note 19 des états financiers consolidés résumés intermédiaires présente un récapitulatif des différences entre nos états financiers consolidés qui étaient auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux préparés selon les IFRS pour la période close le 30 juin 2010.

Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant. Le 29 juin 2011, le ministre fédéral de l'Industrie a approuvé la vente à des fonds dont le conseiller est Apax Partners en vertu de la *Loi sur l'investissement Canada*. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011, pour un prix d'achat net de 708 M\$, déduction faite des frais, des charges et des ajustements au fonds de roulement et autres.

Par conséquent, au cours du premier trimestre de 2011, la Société a modifié la composition de ses secteurs à présenter pour qu'ils soient mieux alignés avec la façon dont la haute direction examine maintenant les résultats opérationnels pour prendre des décisions relativement aux ressources à attribuer aux secteurs et évaluer leur rendement. Les principales modifications comprennent la réattribution des activités qui ont trait à l'immobilier, à l'emploi et à LesPac au sein du secteur Annuaire. Auparavant, ces activités étaient incluses dans le secteur Médias verticaux, mais elles ne font pas partie du désinvestissement de la Société Trader.

En outre, et également par suite de l'entente définitive visant la vente de la Société Trader, nous avons reclassé les résultats des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant dans les activités abandonnées. Par conséquent, le compte consolidé de résultat et le tableau consolidé des flux de trésorerie de la période considérée et de la période antérieure ont été retraités pour tenir compte de ce changement et l'actif net des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant a été reclassé dans les actifs et les passifs détenus en vue de la vente de l'état consolidé résumé intermédiaire de la situation financière au 30 juin 2011.

Les chiffres correspondants de 2010 ont été reclassés afin de tenir compte des changements mentionnés ci-dessus.

Dans le présent rapport de gestion, les termes « nous », « notre/nos », la « Société », le « Fonds » et « GPJ » désignent Yellow Média inc. et ses filiales (notamment Groupe Pages Jaunes Cie, Canpages Inc., YPG (USA) Holdings, Inc. et Yellow Pages Group, LLC, [ces deux derniers étant collectivement appelés YPG (États-Unis)], la Société Trader et Dealer Dot Com Inc.). Les résultats de ces entités sont présentés selon les secteurs suivants :

- Le secteur « Annuaire », qui se rapporte à nos activités liées aux annuaires imprimés et en ligne ainsi qu'à nos solutions marketing de premier ordre, aux publications sur l'immobilier et l'emploi et au site LesPAC.com;
- Le secteur « Médias verticaux », qui se rapporte à nos publications imprimées et en ligne liées à des articles d'usage courant ou sur l'automobile.

Information prospective

Notre structure de présentation des résultats reflète la façon dont nous gérons notre entreprise et dont nous classons nos activités aux fins de planification et d'évaluation du rendement. Le présent rapport de gestion comprend des affirmations au sujet des objectifs, des stratégies, de la situation financière, des résultats opérationnels et des activités de GPJ. Ces déclarations sont considérées comme « prospectives » puisqu'elles sont basées sur nos attentes actuelles au sujet de nos activités, sur les marchés sur lesquels nous les exerçons, ainsi que sur diverses estimations et hypothèses.

Ces déclarations prospectives décrivent nos attentes en date du 4 août 2011.

- Nos résultats réels pourraient différer de manière importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus touchent nos activités, ou si nos estimations ou hypothèses se révèlent fausses. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que l'une ou l'autre de nos déclarations prospectives se réalisera.
- Les déclarations prospectives ne tiennent pas compte de l'incidence que pourraient avoir sur nos activités des transactions ou des éléments non récurrents annoncés ou se produisant après la préparation des états financiers.
- Nous n'avons aucune intention de mettre à jour l'une ou l'autre des déclarations prospectives, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.
- Les risques qui pourraient faire en sorte que nos résultats réels diffèrent de façon importante de nos attentes actuelles sont analysés dans la section 7, intitulée « Risques et incertitudes ».

Définitions nécessaires à la compréhension de nos résultats

Résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)

Nous faisons état de notre BAIIA (résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales). Le BAIIA n'est pas une mesure du rendement définie par les IFRS et il n'est pas considéré comme un substitut du résultat opérationnel ou du résultat net pour mesurer le rendement de GPJ. La définition du BAIIA n'est pas normalisée; il est donc peu probable qu'il soit comparable à des mesures semblables employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Le BAIIA ne devrait pas être utilisé comme mesure exclusive des flux de trésorerie, car il ne tient pas compte de l'incidence des variations du fonds de roulement, des dépenses d'investissement, des réductions du capital de la dette ainsi que d'autres rentrées et sorties de fonds, éléments qui sont présentés à la page 15 du présent rapport de gestion.

Résultat ajusté lié aux activités poursuivies (Résultat ajusté)

Le résultat ajusté est une mesure non définie par les IFRS. Il se définit comme le résultat net lié aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires excluant l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires, les charges financières sans effet de trésorerie, l'impôt sur le résultat différé et les éléments non récurrents, comme les frais connexes à l'acquisition, les frais de restructuration et les charges spéciales et la perte de valeur de la participation dans une entreprise associée. Tous les ajustements, à l'exception de l'impôt sur le résultat différé, tiennent compte de l'incidence de l'impôt sur le résultat calculée selon le taux d'imposition prévu par la loi. Le résultat ajusté se définit comme un indicateur du rendement financier. Il ne doit pas être considéré comme une mesure de la liquidité ni comme substitut des mesures comparables établies conformément aux IFRS. Le résultat ajusté est utilisé par les investisseurs, la direction et d'autres parties prenantes pour évaluer le rendement continu de GPJ. Le résultat ajusté peut différer de calculs similaires présentés par d'autres entreprises et ne devrait pas être considéré comme une mesure comparable. Pour un rapprochement avec les IFRS, veuillez vous reporter à la section 4, « Résultat ajusté lié aux activités poursuivies », du présent rapport de gestion.

Flux de trésorerie disponibles

Les flux de trésorerie disponibles sont une mesure non définie par les IFRS largement utilisée à titre d'indicateur du rendement financier. Ils ne doivent pas être considérés comme substitut des flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles. Les flux de trésorerie disponibles s'entendent des flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles provenant des activités poursuivies, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement.

Dividendes par action ordinaire

Nous présentons les dividendes par action ordinaire, parce qu'il s'agit d'une mesure du rendement utilisée par les investisseurs. Les dividendes par action ordinaire varient en fonction de notre résultat ajusté. Pour une description de nos dividendes de base, veuillez vous reporter à la section 5 du présent rapport de gestion.

Le rapport de gestion comprend les sections suivantes :

1. Activités, mission, stratégie et capacité à produire des résultats
2. Résultats
3. Situation de trésorerie et sources de financement
4. Résultat ajusté lié aux activités poursuivies
5. Perspectives
6. Hypothèses critiques
7. Risques et incertitudes
8. Contrôles et procédures

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

Yellow Média inc. est un chef de file des médias de performance et de solutions marketing grâce à son réseau d'entreprises, qui comprennent Groupe Pages Jaunes Cie (GPJ) et Canpages Inc. (Canpages). Yellow Média inc. est le chef de file des médias de performance et de solutions marketing au Canada, et elle offre des services aux entreprises et aux consommateurs canadiens d'un bout à l'autre du pays, sous les marques Pages Jaunes et Canpages. Pour consulter l'information sur nos activités, notre mission, notre stratégie et notre capacité à produire des résultats, se reporter aux sections correspondantes du rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

2. Résultats

Cette section présente un aperçu de notre rendement financier pour le deuxième trimestre de 2011, comparativement au trimestre correspondant de 2010. Il convient également de noter qu'afin d'aider les investisseurs à mieux comprendre notre rendement, nous avons recours à plusieurs mesures, dont certaines ne sont pas reconnues par les IFRS. Ces mesures financières sont définies à la page 2 du présent rapport de gestion et constituent des éléments importants dont il faut tenir compte lors de l'analyse de notre rendement.

Rendement global

- Les produits ont diminué de 17,4 M\$, ou 4,8 % comparativement au deuxième trimestre de 2010, pour atteindre 342,7 M\$.
- Le résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) a diminué de 27,5 M\$, ou 13,5 %, par rapport au deuxième trimestre de 2010, pour se chiffrer à 176,5 M\$.

Faits saillants^{1, 2, 3}

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

	Trimestres clos les 30 juin	
	2011	2010
Produits	342 738 \$	360 118 \$
Résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	176 476 \$	203 978 \$
Résultat de base par action ⁴ attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.		
Lié aux activités poursuivies	(0,05) \$	0,09 \$
Total	(0,05) \$	0,10 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	87 923 \$	165 777 \$
Flux de trésorerie disponibles ⁵	68 990 \$	155 864 \$

¹ Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente de son secteur Médias verticaux. Par conséquent, les résultats du secteur Médias verticaux sont présentés à titre d'activités abandonnées. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011.

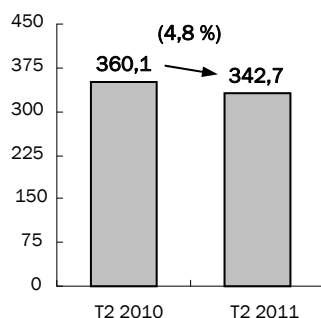
² Les chiffres de 2010 incluent les résultats du Fonds. En outre, les chiffres correspondants de l'exercice 2010 ont été retraités pour que leur présentation soit conforme aux IFRS.

³ Nous avons mené à terme les acquisitions de Canpages Inc. (Canpages), le 25 mai 2010, de Mediative Performance LP (Mediative LP), auparavant Enquiro Search Solutions Inc., le 21 septembre 2010, d'Uptrend Media Inc. (Uptrend Media), le 20 octobre 2010 et d'AdSplash Inc., le 28 octobre 2010. Par conséquent, les résultats de 2010 et de 2011 incluent les résultats des entités acquises à compter de la date de leur acquisition respective.

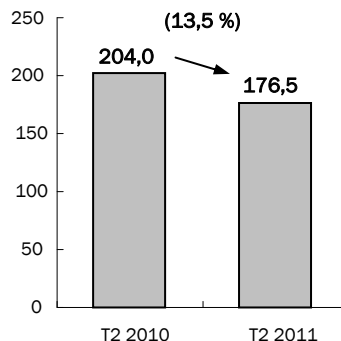
⁴ Les chiffres comparatifs se rapportent aux données par part de fiducie.

⁵ Se reporter à la section 4 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles.

Produits
(en millions de dollars)



BAIIA
(en millions de dollars)



Rendement par rapport à la stratégie de l'entreprise

Croissance interne

Annuaire

Amélioration et expansion des produits offerts

Solution 360° Pages Jaunes – Dans le but de positionner Yellow Média inc. à titre de première entreprise de services Internet au Canada et de chef de file des médias de performance et de solutions marketing, notre objectif primordial en 2011 consiste à offrir aux clients une valeur et une expérience de niveau supérieur grâce à notre nouvelle stratégie de vente à 360 degrés. Cette proposition de valeur unique est au cœur de la transformation de notre entreprise. La Solution 360° Pages Jaunes permet à nos annonceurs d'être trouvés par des acheteurs qualifiés au moyen d'un choix sans précédent de produits en ligne, mobiles et imprimés. L'ensemble du personnel du service des ventes a suivi la formation relative à la nouvelle Solution 360° Pages Jaunes au cours du premier trimestre et a commencé à vendre le service à des annonceurs partout au Canada au deuxième trimestre de 2011. Les résultats sont encourageants jusqu'ici et nous estimons que la Solution 360° Pages Jaunes nous permettra d'augmenter nos produits moyens par annonceur.

ProfilMarché – À la suite du lancement réussi de ProfilMarché^{MC} au premier trimestre, le premier outil en ligne automatisé gratuit du genre au Canada, nous avons lancé une version améliorée de l'outil en juin. Cette nouvelle version surpasse la première puisqu'elle permet aux entreprises d'obtenir de l'information sur leurs marchés, leur rendement en ligne ainsi que leurs concurrents, ainsi que des conseils afin d'améliorer leur visibilité et leur stratégie publicitaire.

Canada411.ca – Au cours du trimestre, nous avons terminé la refonte de Canada411.ca, le site le plus consulté et le plus sûr au pays pour la recherche de coordonnées de particuliers et d'entreprises. Nous avons non seulement amélioré la présentation du site, mais nous l'avons rehaussée en ajoutant les résultats recueillis sur les grands réseaux sociaux tels que Facebook®, Twitter® et LinkedIn®.

Services de recherche mobile – Nous continuons à nous concentrer sur l'expérience des utilisateurs des services de recherche mobile et à investir dans ce domaine en améliorant davantage les applications de recherche mobile et en exploitant notre contenu local. Grâce aux efforts déployés au cours des 12 derniers mois, les applications mobiles de GPJ ont jusqu'à présent été téléchargées plus de 2,2 millions de fois et le nombre de recherches mobiles représentent actuellement plus de 30 % des recherches numériques effectuées sur le site de GPJ. Nous continuons d'établir des partenariats et de conclure des ententes de distribution afin d'accroître les occasions d'affaires pour nos annonceurs. Au cours du deuxième trimestre de 2011, GPJ a lancé ses deux premiers produits pour téléphones cellulaires, soit l'application Brand Filter, qui permet aux entreprises du pays de présenter leurs marques au sein de catégories pertinentes faisant fréquemment l'objet de recherches, notamment les restaurants, la quincaillerie, les pharmacies et les banques, et l'application Positionnement commandité, qui permet aux entreprises de figurer en tête de liste dans les résultats de toute recherche mobile cadrant avec les services qu'elles offrent, de sorte que les utilisateurs trouvent ces entreprises en premier.

Immobilier – À la suite de l'annonce de la vente de la Société Trader, nous avons mis sur pied une nouvelle division entièrement axée sur notre portefeuille immobilier. Cette nouvelle division, appelée Mur à Mur Média inc., gère des activités, des publications et des services liés aux médias verticaux imprimés et en ligne des secteurs de l'immobilier, de l'emploi et des hôpitaux. Mur à Mur Média inc. produit plus de 75 publications imprimées et quatre sites Web consultés par plus de 23 millions de Canadiens chaque année. Ces publications et ces sites touchent à la fois les marchés des maisons et des condos neufs, que ceux des logements à louer, de la revente et de la décoration intérieure.

Partenariats – Nous continuons de soutenir les entrepreneurs canadiens du secteur de la technologie grâce à notre YellowAPI Developer Program. Nous avons investi dans 5 entreprises en démarrage du secteur de la technologie (2 applications mobiles et 3 sites Web) et les aiderons à croître. À l'heure actuelle, plus de 1 000 développeurs se sont inscrits au portail YellowAPI.com, et nous continuons sans cesse d'établir des partenariats en Amérique du Nord avec d'autres entreprises de premier plan du secteur des applications mobiles et en ligne afin de générer du trafic au sein de GPJ au profit de nos annonceurs. Nous avons également établi un partenariat avec Skype plus tôt cette année, le premier du genre au Canada, afin de permettre aux utilisateurs de Skype de communiquer gratuitement avec des annonceurs en ligne de GPJ, ce qui favorise davantage la communication avec nos annonceurs. Nous avons également conclu une entente de un an avec meteomedia.com. Le site affiche désormais le widget Promo du jour sur les pages de chaque ville.

Résultats opérationnels et financiers consolidés

Résultats consolidés¹

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

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010	2011	2010
Produits	342 738 \$	360 118 \$	692 110 \$	699 802 \$
Charges opérationnelles	166 262	156 140	325 599	297 252
Résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales	176 476	203 978	366 511	402 550
Amortissements	47 735	31 269	100 103	55 647
Frais connexes à l'acquisition	6 233	19 934	7 036	23 549
Frais de restructuration et charges spéciales	11 888	8 977	11 888	8 977
Résultat opérationnel	110 620	143 798	247 484	314 377
Charges financières, montant net	37 484	30 993	84 626	67 188
Perte de valeur de la participation dans une entreprise associée	50 475	–	50 475	–
Résultat avant dividendes sur actions préférentielles de séries 1 et 2, impôt sur le résultat et quote-part des pertes liées à la participation dans des entreprises associées	22 661	112 805	112 383	247 189
Dividendes sur actions préférentielles de séries 1 et 2	4 947	5 370	10 079	10 749
Résultat avant impôt sur le résultat et quote-part des pertes liées à la participation dans des entreprises associées	17 714	107 435	102 304	236 440
Provision pour impôt sur le résultat	34 547	49 883	41 148	58 237
Quote-part des pertes liées à la participation dans des entreprises associées	3 865	4 599	11 401	4 863
Résultat net lié aux activités poursuivies	(20 698)	52 953	49 755	173 340
Résultat net lié aux activités abandonnées, déduction faite de l'impôt sur le résultat	6 448	(971)	(98 594)	5 761
Résultat net	(14 250) \$	51 982 \$	(48 839) \$	179 101 \$
Résultat de base par action ² attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.				
Lié aux activités poursuivies	(0,05) \$	0,09 \$	0,08 \$	0,32 \$
Total	(0,05) \$	0,10 \$	(0,12) \$	0,35 \$
Résultat dilué par action ² attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.				
Lié aux activités poursuivies	(0,05) \$	0,09 \$	0,07 \$	0,29 \$
Total	(0,05) \$	0,09 \$	(0,11) \$	0,31 \$
Total de l'actif			9 012 224 \$	9 304 073 \$
Dette à long terme			2 280 097 \$	1 946 184 \$
Instruments échangeables et convertibles			183 148 \$	212 821 \$
Actions préférentielles de séries 1 et 2			416 700 \$	466 143 \$

¹ Les chiffres de 2010 incluent les résultats du Fonds.

² Les chiffres comparatifs se rapportent aux données par part de fiducie.

Analyse des résultats opérationnels et financiers consolidés

Les comptes de résultat consolidés résumés intermédiaires de Yellow Média inc. présentent les résultats retraités du secteur Annuaire jusqu'au poste intitulé « Résultat net lié aux activités poursuivies » étant donné que les résultats des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant sont présentés à titre d'activités abandonnées.

Produits

Au cours du deuxième trimestre de 2011, les produits ont diminué pour se chiffrer à 342,7 M\$, alors qu'ils atteignaient 360,1 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent, et ils ont diminué pour se chiffrer à 692,1 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, alors qu'ils atteignaient 699,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution des produits au cours du trimestre et du semestre clos le 30 juin 2011 est attribuable à la baisse des produits provenant des médias imprimés au sein de nos marchés traditionnels, en partie contrebalancée par l'augmentation des produits tirés des activités en ligne et de l'apport additionnel de Canpages, acquise en mai 2010. Au 30 juin 2011, le nombre d'annonceurs, à l'exclusion de Canpages, s'établissait à 354 000, comparativement à 371 000 au 30 juin 2010, ce qui correspond à une baisse de moins de 5 %. Le taux de renouvellement de la part des annonceurs est demeuré le même qu'au cours de la période correspondante de l'exercice précédent, soit à 88 % au 30 juin 2011. Au cours des douze derniers mois, GPJ a attiré 29 000 nouveaux annonceurs. Bien qu'il y ait eu une baisse du nombre d'annonceurs, les produits moyens par annonceur sont demeurés stables par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, et s'établissaient à environ 3 500 \$. Au 30 juin 2011, les unités génératrices de produits¹ par annonceur sont demeurées relativement les mêmes, s'établissant à 1,69 comparativement à 1,70 pour la période correspondante de l'exercice précédent. Il est important de noter que ce chiffre ne tient pas compte des répercussions du récent lancement de notre Solution 360° Pages Jaunes.

Au 30 juin 2011, la proportion d'annonceurs, excluant Canpages, ayant choisi d'annoncer à la fois dans les annuaires imprimés et en ligne est demeurée inchangée, à 65 % pour tout le Canada, par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.

Les produits tirés des activités en ligne se sont élevés à 85,9 M\$ et à 169,1 M\$, soit une croissance de 33,2 % et de 36 %, pour le deuxième trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011, respectivement. En plus d'avoir été stimulée par le lancement de nouveaux produits, la croissance des produits tirés des activités en ligne est attribuable aux produits de la société Canpages, acquise en mai 2010, et de Mediative, notre fournisseur de solutions numériques et de commercialisation pour les agences et les annonceurs nationaux, lancé le 26 octobre 2010. Notre réseau de sites Web pour le secteur Annuaire a attiré en moyenne 9,2 millions de visiteurs uniques non dupliqués² au cours du deuxième trimestre de 2011, ce qui représente 36,8 %² des internautes au Canada.

Nous prévoyons que la croissance des produits des activités ordinaires résultant de nos produits en ligne se poursuivra, mais nous nous attendons aussi à un repli des résultats de nos produits imprimés traditionnels. Par conséquent, nous continuons à nous concentrer sur l'amélioration du positionnement de notre réseau d'annuaires en investissant dans le lancement de nouveaux produits tels que la Solution 360° Pages Jaunes et l'optimisation de la couverture de notre marché.

Compte tenu de nos résultats et de nos attentes pour le reste de l'exercice, nous ne prévoyons pas atteindre nos objectifs en matière de produits pour l'exercice. Par conséquent, nous nous rétractons vis-à-vis de nos prévisions financières pour le reste de l'exercice. Se reporter à la rubrique 5, « Perspectives ».

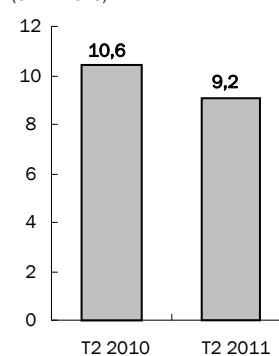
BAIIA

Le BAIIA a diminué de 27,5 M\$ pour s'établir à 176,5 M\$ au deuxième trimestre de 2011, comparativement à la période correspondante de l'exercice précédent. Le BAIIA a diminué au cours du semestre clos le 30 juin 2011, s'établissant à 366,5 M\$ par rapport à 402,6 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2010. Ces diminutions découlent principalement de la baisse des produits provenant des médias imprimés, de la hausse de frais associés à Mediative et Canpages et des placements associés au lancement de la Solution 360°.

Compte tenu de nos résultats et de nos attentes pour le reste de l'exercice, nous ne prévoyons pas atteindre nos objectifs en matière de BAIIA pour l'exercice. Par conséquent, nous nous rétractons vis-à-vis de nos prévisions financières pour le reste de l'exercice 2011. Se reporter à la rubrique 5, « Perspectives ».

Le coût des produits vendus a augmenté de 1,6 M\$ pour s'établir à 95,8 M\$ au deuxième trimestre de 2011, et de 19,7 M\$ pour s'établir à 193,3 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice précédent. Ces hausses pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011 découlent principalement de l'augmentation des coûts connexes à l'acquisition de Canpages au deuxième trimestre de 2010. Nous avons également engagé des dépenses supplémentaires relativement à notre division Mediative.

Utilisation des annuaires en ligne
(en millions)



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

² Source : comScore Media Metrix Canada.

Pour le deuxième trimestre de 2011, la marge brute a diminué pour s'établir à 72,1 %, comparativement à 73,8 % au deuxième trimestre de 2010. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, la marge brute a diminué pour s'établir à 72,1 %, comparativement à 75,2 % pour le semestre correspondant de l'exercice précédent. Cette baisse s'explique par des marges plus faibles en ce qui a trait à Canpages et à notre division Mediative.

Les frais généraux et d'administration ont augmenté, passant de 70,5 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2011 à 61,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, et ont augmenté de 8,7 M\$ pour s'établir à 132,3 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011. Ces hausses s'expliquent par l'augmentation des coûts associés à Canpages. Toujours au cours du trimestre, nous avons enregistré une charge non récurrente liée à des créances douteuses d'environ 5 M\$.

Amortissements

La dotation aux amortissements a augmenté pour se chiffrer à 47,7 M\$ au deuxième trimestre de 2011, comparativement à la période correspondante de l'exercice précédent où elle s'établissait à 31,3 M\$. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, elle a également augmenté pour s'établir à 100,1 M\$, comparativement à 55,6 M\$ pour le semestre correspondant de 2010. Cette hausse est principalement attribuable à l'augmentation de l'amortissement de certaines immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages.

Frais connexes à l'acquisition

Nous avons engagé des frais respectifs de 6,2 M\$ et de 7 M\$ au cours du trimestre et du semestre clos le 30 juin 2011 en raison d'investissements potentiels. Nous avons engagé des frais de 19,9 M\$ et de 23,5 M\$ pour le trimestre et le semestre correspondants de l'exercice 2010. Ces frais se rapportaient principalement à notre acquisition de Canpages.

Frais de restructuration et charges spéciales

Au cours du trimestre, nous avons engagé des frais de restructuration et des charges spéciales de 11,9 M\$, comparativement à 9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Ces coûts sont liés à la réduction de la main-d'œuvre et à la résiliation des obligations contractuelles.

Perte de valeur de la participation dans une entreprise associée

Au cours du deuxième trimestre de 2011, nous avons comptabilisé une perte de valeur de 50,5 M\$ sur notre participation dans Ziplocal, LP (Ziplocal). Au cours du deuxième trimestre de 2011, Yellow Média inc. a été informée que Ziplocal était en défaut à l'égard de ses obligations. En outre, Ziplocal a entrepris d'importantes initiatives de restructuration. Yellow Média inc. a déterminé que sa participation dans Ziplocal avait subi une perte de valeur et a, par conséquent, comptabilisé une perte de 50,5 M\$ afin de ramener à néant sa participation nette dans Ziplocal.

Charges financières

Les charges financières ont augmenté de 6,5 M\$ pour s'établir à 37,5 M\$ au deuxième trimestre de 2011. Elles ont également augmenté pour le semestre clos le 30 juin 2011, s'établissant à 84,6 M\$, par rapport à 67,2 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Cette hausse pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011 est attribuable à la hausse du niveau d'endettement, à la prime de remboursement relativement à un swap sur rendement total (SRT), à la hausse de l'amortissement et à la radiation des frais de financement différés, contrebalancée par un profit accru à l'achat d'instruments d'emprunt. Le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'établissait à 5,2 % au 30 juin 2011, comparativement à 5,1 % au 30 juin 2010.

Dividendes sur actions préférentielles de séries 1 et 2

Les dividendes sur les deux séries d'actions préférentielles rachetables se sont élevés à 4,9 M\$ au deuxième trimestre de 2011, comparativement à 5,4 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, ils se sont établis à 10,1 M\$, comparativement à 10,8 M\$ pour le semestre correspondant de 2010.

Provision pour impôt sur le résultat

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 27,9 % et à 29,9 % pour les trimestres clos les 30 juin 2011 et 2010, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt correspondant à 195,0 % et à 46,4 % du résultat pour les trimestres clos les 30 juin 2011 et 2010, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt correspondant à 40,2 % et à 24,6 % du résultat pour les semestres clos les 30 juin 2011 et 2010, respectivement. La hausse du taux pour le trimestre est attribuable à la non-déductibilité de certaines charges aux fins de l'impôt, y compris la perte de valeur de Ziplocal.

Quote-part des pertes découlant de la participation dans des entreprises associées

Au deuxième trimestre de 2011, nous avons constaté notre quote-part des pertes liées à nos participations dans Ziplocal, 411.ca et Acquisio qui s'élève à 3,9 M\$, comparativement à 4,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, notre quote-part de ces pertes s'est élevée à 11,4 M\$, comparativement à 4,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation est imputable au placement dans Ziplocal effectué au cours de 2010. Les pertes comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles relatives à ces placements en titres de capitaux propres.

Résultat net lié aux activités abandonnées

Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente de la Société Trader. Les activités relatives à l'immobilier et à l'emploi ainsi que celles du site Web LesPAC.com ont été exclues du désinvestissement. GPJ demeure propriétaire et gestionnaire de ces activités.

La Société Trader détient et exploite des produits canadiens en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant, incluant AutoTrader.ca, Autos.ca, AutoHebdo.net et Buysell.com, ainsi que 74 publications dans les mêmes secteurs d'activité. De plus, la Société Trader détient une participation de 32 % dans Dealer.com, le chef de file américain des solutions numériques destinées au secteur des concessionnaires automobiles.

En raison de ces changements, nous avons reclassé les résultats des médias verticaux des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant dans les activités abandonnées. Par conséquent, le compte consolidé de résultat et le tableau consolidé des flux de trésorerie de la période antérieure ont été retraités pour tenir compte de ce changement et l'actif net a été reclassé comme détenu en vue de la vente dans l'état consolidé résumé intermédiaire de la situation financière au 30 juin 2011.

Les résultats des activités abandonnées liées aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant comprennent des produits de 67,8 M\$ pour le deuxième trimestre de 2011, comparativement à 64,3 M\$ pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent, et de 128,4 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, comparativement à 122 M\$ pour le semestre correspondant de l'exercice précédent. Cette augmentation est attribuable à la hausse des produits tirés des activités de Dealer.com.

Le BAIIA lié aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant a diminué pour s'établir à 14,4 M\$ pour le deuxième trimestre de 2011, comparativement à 20,9 M\$ pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, il s'est établi à 30,4 M\$, comparativement à 36,1 M\$ pour le semestre correspondant de l'exercice précédent. La diminution est attribuable à une nouvelle entente d'impartition conclue entre la Société Trader et notre division Mediative en vertu de laquelle tous les annonceurs nationaux sont gérés par Mediative. Le profit net lié aux activités abandonnées s'est chiffré à 6,4 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2011, et la perte s'est élevée à 98,6 M\$ pour le semestre clos à la même date. Ce montant comprend une perte sur cession de 3,4 M\$ et de 109,1 M\$ (déduction faite de l'impôt sur le résultat) pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011, respectivement, ce qui représente la différence entre la juste valeur, déduction faite des coûts liés à la vente, et l'actif net qui sera cédé.

En outre, à la suite de l'adoption des IFRS, la cession de la filiale américaine YPG Directories LLC le 15 avril 2010 est également présentée dans les activités abandonnées pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2010.

Résultat net

Pour le deuxième trimestre de 2011, le résultat net a diminué de 66,2 M\$ par rapport à la même période de l'exercice précédent, ce qui a donné lieu à la comptabilisation d'une perte de 14,3 M\$. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, le résultat net a diminué de 227,9 M\$ par rapport au semestre correspondant de l'exercice précédent, ce qui a donné lieu à la comptabilisation d'une perte de 48,8 M\$. La diminution pour le trimestre est principalement attribuable à la perte de valeur de notre participation dans une entreprise associée de 50,5 M\$, à la pression exercée sur les produits imprimés ainsi qu'à la hausse de l'amortissement des immobilisations incorporelles. Outre ces éléments, la diminution pour le semestre clos le 30 juin 2011 s'explique également par la perte sur la cession de 109,1 M\$ (déduction faite de l'impôt sur le résultat) liée au désinvestissement de la Société Trader.

Sommaire des résultats consolidés trimestriels

Résultats trimestriels								
<i>(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)</i>								
	IFRS						PCGR du Canada	
	2011		2010		2009			
	T2	T1	T4	T3	T2	T1	T4	T3
Produits	342 738 \$	349 372 \$	345 378 \$	355 949 \$	360 118 \$	339 684 \$	360 145 \$	361 961 \$
Charges opérationnelles	166 262	159 337	184 043	162 726	156 140	141 112	152 080	149 385
Résultat opérationnel avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	176 476	190 035	161 335	193 223	203 978	198 572	208 065	212 576
Marge sur BAIIA	51,5 %	54,4 %	46,7 %	54,3 %	56,6 %	58,5 %	57,8 %	58,7 %
Amortissements	47 735	52 368	76 269	48 349	31 269	24 378	29 906	30 405
Frais connexes à l'acquisition	6 233	803	5 066	1 960	19 934	3 615	-	-
Frais de restructuration et charges spéciales	11 888	-	6 229	16 185	8 977	-	18 817	-
Résultat opérationnel	110 620	136 864	73 771	126 729	143 798	170 579	159 342	182 171
Résultat net	(14 250)	(34 589)	(14 694)	64 999	51 982	127 119	128 405	(168 515)
Résultat de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc. lié aux activités poursuivies	(0,05) \$	0,13 \$	(0,03) \$	0,13 \$	0,09 \$	0,23 \$	0,24 \$	0,28 \$
Résultat dilué par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc. lié aux activités poursuivies	(0,05) \$	0,11 \$	(0,03) \$	0,11 \$	0,09 \$	0,20 \$	0,21 \$	0,28 \$

Tout au long de l'exercice 2009, les produits sont demeurés relativement stables. Au premier trimestre de 2010, les produits ont reculé en raison de la cession de YPG (États-Unis) et de la baisse des produits provenant des médias imprimés. Au cours du deuxième trimestre de 2010, nous avons fait l'acquisition de Canpages, ce qui a entraîné une hausse de nos produits. Les produits ont diminué d'un trimestre à l'autre en 2010 et en 2011 en raison de la pression continue exercée sur nos produits imprimés. Au premier trimestre de 2011, les produits ont augmenté en raison du caractère saisonnier associé à la publication des annuaires de Canpages.

En 2009, notre marge sur BAIIA est demeurée relativement stable, malgré le ralentissement économique qui a nui à nos activités. Notre marge sur BAIIA a diminué progressivement en 2010 et en 2011, traduisant la baisse des produits provenant des médias imprimés et la diminution des marges liées à Canpages et Mediative, acquises en 2010. Au quatrième trimestre de 2010, notre marge sur BAIIA a fléchi en raison des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque découlant de notre conversion en une société par actions. Au cours du deuxième trimestre de 2011, notre marge sur BAIIA a été touchée de façon défavorable par une charge non récurrente liée à des créances douteuses d'environ 5 M\$.

En 2009, la conjoncture économique difficile a influé négativement sur le résultat net. Les réorganisations internes et les initiatives de contrôle des coûts ont donné lieu à des frais de restructuration et à des charges spéciales qui ont eu une incidence sur certains de nos résultats trimestriels en 2009, 2010 et 2011. La perte de valeur du goodwill dans notre secteur des Médias verticaux a également eu une incidence sur le troisième trimestre de 2009, à l'instar du profit lié au rachat d'actions préférentielles de séries 1 et 2 et de la perte liée au rachat de débentures échangeables. L'amortissement des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages a eu une incidence sur le résultat net du deuxième semestre de 2010 et en 2011. Le résultat net de l'ensemble de l'exercice 2010 a subi l'incidence des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque découlant de notre conversion de fiducie de revenu en société par actions ainsi que des frais connexes à l'acquisition, plus particulièrement au quatrième trimestre de 2010. Nous avons inscrit une perte découlant de la cession de la Société Trader et une perte de valeur de notre participation dans une entreprise associée au premier et au deuxième trimestres de 2011, respectivement.

3. Situation de trésorerie et sources de financement

Cette section évalue la structure du capital de la Société, sa situation de trésorerie et ses divers instruments financiers, y compris sa dette et son portefeuille d'actions préférentielles.

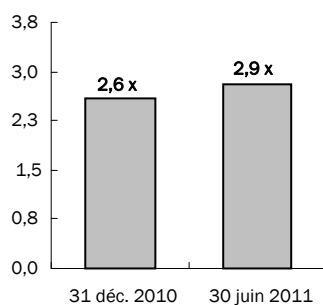
Situation financière

Structure du capital

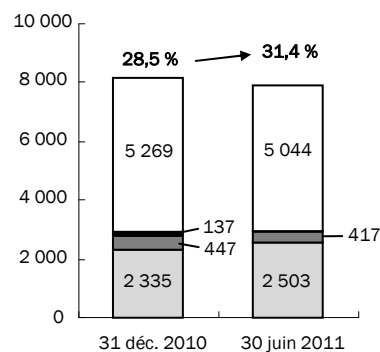
(en milliers de dollars canadiens)

	Au 30 juin 2011	Au 31 décembre 2010
Trésorerie	70 867 \$	69 325 \$
Billets à moyen terme	1 641 325	1 656 200
Facilités de crédit	636 000	250 000
Papier commercial	108 000	295 000
Obligations en vertu de contrats de location-financement et autres	5 066	20 672
Dette nette (déduction faite de la trésorerie)	2 319 524 \$	2 152 547 \$
Instruments échangeables et convertibles	183 148	319 029
Actions préférentielles de séries 1 et 2	416 700	446 725
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Yellow Média inc.	4 990 173	5 215 937
Participations ne donnant pas le contrôle	53 528	52 568
Capitalisation totale	7 963 073 \$	8 186 806 \$
Ratio de la dette nette ¹ sur la capitalisation totale	31,4 %	28,5 %

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



Structure du capital (en millions de dollars)



- Total des capitaux propres
- Billets échangeables
- Actions préférentielles
- Dette nette¹

Au 30 juin 2011, la dette nette de GPJ se chiffrait à environ 2,3 G\$, ou à 2,9 G\$ compte tenu des actions préférentielles de séries 1 et 2 et des instruments convertibles. Le ratio de la dette nette¹ sur le BAIIA des douze derniers mois^{2,3} s'est établi à 2,9 fois au 30 juin 2011. Le ratio de la dette nette sur la capitalisation totale s'élevait à 31,4 % au 30 juin 2011, comparativement à 28,5 % au 31 décembre 2010.

¹ La dette nette comprend les débiteures convertibles.

² Résultat opérationnel des douze derniers mois avant amortissements, frais connexes à l'acquisition, coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque en 2010 et frais de restructuration et charges spéciales, compte tenu des acquisitions (le BAIIA des douze derniers mois). Le BAIIA des douze derniers mois est une mesure non définie par les IFRS et, par conséquent, elle pourrait ne pas être comparable à des mesures semblables employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Pour obtenir une définition du BAIIA, se reporter à la page 2.

³ Comprend les activités abandonnées.

Billets à moyen terme

En vertu de son programme de billets à moyen terme, des billets de Yellow Média inc. d'un montant total de 1,6 G\$, qui viennent à échéance à diverses dates allant de 2013 à 2036, étaient en circulation au 30 juin 2011.

Au cours du deuxième trimestre de 2011, Yellow Média inc. a racheté aux fins d'annulation 18 M\$ de billets à moyen terme de série 5 pour une contrepartie en espèces totale de 15,3 M\$. L'écart de 2,5 M\$ entre le prix d'achat et la valeur comptable des billets à moyen terme a été comptabilisé à titre de profit dans les charges financières.

Facilités de crédit

La facilité de crédit principale se compose d'une tranche renouvelable de 750 M\$ et d'une tranche non renouvelable de 250 M\$. La tranche non renouvelable ne pouvait faire l'objet que d'un seul prélèvement effectué au plus tard le 1^{er} novembre 2010. La facilité principale vient à échéance le 18 février 2013. Au 30 juin 2011, un montant de 636 M\$ avait été prélevé sur la facilité de crédit principale. La facilité de crédit renouvelable est utilisée à titre de substitution au programme de papier commercial et peut être affectée aux besoins généraux de l'entreprise.

Au 30 juin 2011, GPJ était en conformité avec toutes les clauses financières restrictives de ses contrats d'emprunt.

Billets échangeables

Dans le cadre de l'acquisition de Canpages, Yellow Média inc. a émis des billets obligatoirement échangeables (les « billets ») pour un montant en capital de 141,6 M\$.

À compter du premier trimestre de 2011, ces billets sont devenus échangeables contre un certain nombre d'actions ordinaires de Yellow Média inc. selon un prix équivalant à 95 % du cours des actions de Yellow Média inc. au moment de l'échange. Chaque trimestre, les détenteurs des billets avaient le droit d'échanger 25 % du montant en capital, ce qui représente un montant maximal de 35,4 M\$ des billets. Jusqu'au 31 décembre 2014, GPJ pouvait racheter, en tout temps et à son gré, les billets, en tout ou en partie, contre paiement en espèces plus les intérêts courus non versés. Ces billets étaient de rang subordonné à la dette privilégiée de Yellow Média inc. et portaient intérêt à un taux initial fixe de 5 %, sous réserve des dispositions d'indexation du taux au fil du temps, avec versements trimestriels en espèces. La date d'échéance finale des billets était le 31 décembre 2014. Les billets encore détenus à cette date seront échangés automatiquement contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. le 31 décembre 2014.

Le 15 octobre 2010, les détenteurs de billets ont monétisé leur placement au moyen de la revente des billets à une institution financière tierce. Afin de faciliter cette transaction de revente et de favoriser une conversion méthodique des billets en actions ordinaires au cours de 2011, Yellow Média inc. a conclu un SRT qui fait correspondre la contrepartie des billets à celle des actions ordinaires, et ce, pour la période se clôturant le 15 décembre 2011. En vertu des modalités du SRT, le taux d'intérêt fixe de 5 % des billets a été converti en un taux d'intérêt variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré de 1,75 %. De plus, en vertu du SRT, la contrepartie à titre de détenteur de billets devait permettre d'échanger 25 % du montant en capital en actions ordinaires sous-jacentes de Yellow Média inc. à 95 % du prix du marché en vigueur calculé au moyen d'un cours moyen pondéré en fonction du volume sur une période pouvant aller jusqu'à 20 jours. En outre, Yellow Média inc. aurait, en vertu du SRT, reçu ou payé un ajustement dans la mesure où la valeur réalisée par la contrepartie du SRT à l'échange ou au remboursement des billets correspondait à un montant supérieur ou inférieur aux 141,6 M\$ du montant en capital des billets.

Le 15 février 2011, le droit d'échange a été exercé et le quart des billets échangeables a été converti en capitaux propres. Un nouveau billet d'un montant de 106 M\$ a été émis et 6,3 millions d'actions ordinaires de Yellow Média inc. ont été émises. Aussi, comme la valeur réalisée par la contrepartie du SRT à l'échange des billets était inférieure au montant en capital des billets, Yellow Média inc. a payé un ajustement d'un montant de 4,2 M\$ en vertu du SRT.

Le 31 mars 2011, Yellow Média inc. a exercé son droit de remboursement applicable au quart du montant en capital du billet, ce qui représente un montant de 35,4 M\$. Le montant en capital et la prime de remboursement de 5 % stipulée en vertu du SRT ont été payés le 1^{er} avril 2011.

Au cours du deuxième trimestre de 2011, le solde restant de 106,2 M\$ au titre des billets échangeables a été racheté. Les montants en capital restants et la prime de remboursement de 5 % stipulée en vertu du SRT ont été payés le 10 juin 2011, et il a été mis fin au SRT.

Actions préférentielles rachetables à dividende cumulatif

Le 8 juin 2010, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la Bourse de Toronto (la TSX) quant à son avis d'intention de renouveler l'offre de rachat de ses actions préférentielles de séries 1 et 2 dans le cours normal de ses activités par l'intermédiaire de la TSX, pour la période allant du 11 juin 2010 au 10 juin 2011, conformément à la réglementation applicable de la TSX.

Le 11 mai 2011, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la TSX quant à son avis d'intention de renouveler l'offre de rachat de ses actions préférentielles de séries 1 et 2 dans le cours normal de ses activités par l'intermédiaire de la TSX, pour la période allant du 13 juin 2011 au 12 mai 2012, conformément à la réglementation applicable de la TSX.

Dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, Yellow Média inc. peut acheter aux fins d'annulation jusqu'à 1 127 882 et 684 028 de ses actions préférentielles de premier rang de série 1 (les actions de série 1) et de ses actions préférentielles de premier rang de série 2 (les actions de série 2) en circulation, respectivement. Au cours du semestre clos le 30 juin 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 717 098 actions de série 1 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en espèces totale de 16,5 M\$, y compris les frais de courtage, et 537 778 actions de série 2 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en espèces totale de 8,8 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable des actions de séries 1 et 2 était de 17,8 M\$ et de 13,2 M\$, respectivement.

Actions préférentielles convertibles à dividende cumulatif

En date du 4 août 2011, un total de 916 667 actions de série 7 ont été converties contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. selon un ratio de une action préférentielle pour une action ordinaire de Yellow Média inc. À l'heure actuelle, 383 333 actions de série 7 sont en circulation.

Cotes de solvabilité

DBRS Limited	Standard and Poor's Rating Services
Cote BBB (élevée)	Cote BBB-/stable au crédit à long terme de la Société
Cote R-1 (faible) au papier commercial	Cote BBB- aux facilités de crédit existantes et billets à moyen terme
Cote BBB aux débetures subordonnées convertibles	Cote BB+ aux débetures subordonnées convertibles
Cote Pfd-3 (élevée) aux actions préférentielles	Cote P-3 aux actions préférentielles

Situation de trésorerie

Conformément aux directives en matière de structure du capital de sa politique financière, GPJ reste déterminé à conserver une situation de trésorerie adéquate en tout temps. À cette fin, GPJ a accès à des marges de crédit bancaire consenties et s'est employé à accroître ses sources de liquidités et de financement. Au 30 juin 2011, GPJ disposait d'une facilité de crédit composée de deux tranches d'un montant total de 1,0 G\$, ce qui lui assure une trésorerie suffisante pour le financement de ses activités.

Au 30 juin 2011, la trésorerie totalisait 70,9 M\$. En plus de la trésorerie, Yellow Média inc. peut émettre des billets additionnels pour un montant de 256 M\$ en vertu de son programme de papier commercial ou de sa facilité de crédit principale. Yellow Média inc. avait des liquidités soumises à restrictions de néant au 30 juin 2011.

Données sur les actions

Au 4 août 2011, les données sur les actions en circulation se présentaient comme suit :

Données sur les actions en circulation	Au 4 août 2011	Au 30 juin 2011	Au 31 décembre 2010
Actions ordinaires en circulation	516 124 917	516 124 917	516 017 984
Actions préférentielles de séries 3, 5 et 7 en circulation	13 522 051	13 553 086	13 933 333
Options en cours et pouvant être exercées	380 882	380 882	380 882

Le 11 novembre 2010, le conseil d'administration de Yellow Média inc. a adopté un nouveau régime d'options sur actions (le régime de 2010). Le régime de 2010 a été approuvé par les actionnaires le 5 mai 2011 et permet au conseil d'administration d'émettre un nombre maximal de 25 millions d'options à des employés admissibles.

Le conseil d'administration a attribué 15 850 000 options aux termes du régime de 2010. Les principales modalités des options attribuées sont les suivantes :

- Le prix d'exercice est égal au cours moyen pondéré des actions à la TSX pour les cinq jours de négociation précédant la date à laquelle les options ont été attribuées.
- Les droits des options s'acquiescent à la fin de la troisième année suivant la date d'attribution.
- Les options viennent à échéance au plus tard cinq ans après la date d'attribution.

Au 4 août 2011, Yellow Média inc. avait également des débentures convertibles en circulation totalisant 200 M\$, lesquelles sont convertibles à tout moment, au gré du détenteur, en actions ordinaires de la Société au prix d'échange de 8,00 \$ par action ordinaire.

Au 4 août 2011, 10 505 134 actions préférentielles de série 1 et 6 282 836 actions préférentielles de série 2 étaient en circulation. Les deux séries d'actions préférentielles sont rachetables par l'émetteur sous réserve de certaines conditions au moyen de l'émission d'actions ordinaires de la Société.

Au 4 août 2011, 383 333 actions préférentielles de série 7 étaient en circulation. Les actions préférentielles de cette série sont échangeables contre des actions de la Société, selon un ratio d'une action préférentielle pour une action ordinaire, sous réserve de certaines conditions.

Offre publique de rachat dans le cours normal des activités

Le 11 mai 2011, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la TSX quant à son avis d'intention de procéder à une offre de rachat de ses actions ordinaires et de ses actions préférentielles de premier rang de séries 3 et 5 dans le cours normal de ses activités, pour la période allant du 13 mai 2011 au 12 mai 2012 au plus tard, conformément à la réglementation applicable de la TSX.

Dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, Yellow Média inc. peut acheter aux fins d'annulation jusqu'à 51 782 537 de ses actions ordinaires en circulation, 830 000 de ses actions préférentielles de premier rang de série 3 en circulation et 500 000 de ses actions préférentielles de premier rang de série 5 en circulation.

Au cours du semestre clos le 30 juin 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 11 252 884 actions ordinaires de Yellow Média inc. pour une contrepartie en espèces totale de 46,5 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable moyenne des actions ordinaires était de 7,86 \$ l'action. L'écart entre le prix d'achat et la valeur comptable des actions ordinaires, qui s'est chiffré à 41,9 M\$, a été porté au crédit du déficit. En outre, la réserve liée aux actions, d'un montant de 42,9 M\$, a également été portée au crédit du déficit.

Au cours du semestre clos le 30 juin 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 90 332 actions de série 3 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en espèces totale de 1,6 M\$, y compris les frais de courtage, et 39 915 actions de série 5 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en espèces totale de 0,7 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable des actions de séries 3 et 5 était de 2,2 M\$ et de 1 M\$, respectivement. L'écart entre le prix d'achat et la valeur comptable a été porté au crédit du déficit.

Afin de maximiser les fonds disponibles pour le remboursement de l'emprunt, Yellow Média inc. a décidé de suspendre, pour le moment, son offre publique de rachat de ses actions ordinaires dans le cours normal des activités. Cette décision pourra être révisée selon les progrès réalisés dans le renforcement de la structure de notre capital et les conditions liées au volume de transaction et au cours de nos actions. Nous demeurerons actifs dans le rachat de nos actions préférentielles de premier rang de séries 1, 2, 3 et 5 afin de gérer le profil de nos obligations venant à échéance.

Provenance et utilisation des flux de trésorerie

Comme c'est le cas pour d'autres entreprises dans le marché de l'édition d'annuaires et des médias verticaux, la Société a des besoins relativement limités au chapitre des dépenses d'investissement ainsi que des charges opérationnelles relativement peu élevées.

Provenance et utilisation des flux de trésorerie

(en milliers de dollars canadiens)

	Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies		
Flux de trésorerie opérationnels liés aux activités poursuivies	248 646 \$	286 182 \$
Variation des actifs et des passifs opérationnels	(49 022)	7 284
	199 624 \$	293 466 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement des activités poursuivies		
Acquisition d'entreprises, déduction faite de la trésorerie acquise et de la dette bancaire prise en charge	(24) \$	(87 012) \$
Acquisition de la participation dans des entreprises associées	–	(3 600)
Acquisition d'immobilisations incorporelles	(22 475)	(34 000)
Acquisition d'immobilisations corporelles	(8 352)	(3 416)
Émission de billets	(1 238)	–
Acquisition de placements	–	(1 756)
Produit des avantages incitatifs relatifs à un bail	37	–
	(32 052) \$	(129 784) \$
Flux de trésorerie liés aux activités de financement des activités poursuivies		
Émission de titres d'emprunt à long terme et de papier commercial	591 000 \$	555 000 \$
Remboursement sur la dette à long terme et le papier commercial	(392 611)	(157 632)
Rachat d'instruments échangeables et convertibles	(106 172)	–
Dividendes versés aux actionnaires	(145 361)	(201 686)
Rachat d'actions préférentielles de séries 1 et 2 et de billets à moyen terme	(39 997)	(320 145)
Rachat d'actions ordinaires et d'actions préférentielles de séries 3 et 5	(48 616)	–
Autres	(13 185)	(47 179)
	(154 942) \$	(171 642) \$

Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies

Les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies ont diminué au cours du semestre clos le 30 juin 2011, s'établissant à 199,6 M\$, comparativement à 293,5 M\$ au semestre clos le 30 juin 2010. La baisse des produits provenant des médias imprimés et le recul des marges associées à Canpages ainsi qu'aux investissements dans nos nouveaux produits ont eu une incidence sur nos flux de trésorerie liés aux activités poursuivies. La diminution des actifs et des passifs opérationnels pour le semestre clos le 30 juin 2011 s'est établie à 56,3 M\$ par rapport au semestre correspondant de l'exercice précédent. Au cours du semestre clos le 30 juin 2011, nous avons payé un montant d'environ 34,5 M\$ au titre de l'impôt, comparativement à un montant de 12,6 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2010. En outre, l'acquisition de Canpages en mai 2010 a donné lieu à des variations du fonds de roulement. Le reste des variations est attribuable au moment du paiement de certaines charges exigibles et à la diminution des produits différés.

La Société génère des flux de trésorerie suffisants de ses activités pour financer ses dépenses d'investissement, ses dividendes et ses besoins en fonds de roulement ainsi que pour assurer le service de sa dette.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement des activités poursuivies

Les flux de trésorerie liés aux activités d'investissement des activités poursuivies ont diminué au cours du semestre clos le 30 juin 2011, passant de 129,8 M\$ à 32,1 M\$, reflétant ainsi un niveau d'activité inférieur en 2011. Nous n'avons fait l'acquisition d'aucune entreprise en 2011. En 2010, la Société a acquis l'ensemble des activités de Restaurantica et de RedFlagDeals.com, pour une contrepartie en espèces de 6,1 M\$. Nous avons également acquis la totalité des actions de Canpages pour une contrepartie en espèces de 80,9 M\$. De plus, la Société a effectué un placement dans une entreprise associée pour un montant de 3,6 M\$. En 2011, nous avons fait l'acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles d'une valeur de 22,5 M\$ et de 8,4 M\$, respectivement. Au total, ces montants sont inférieurs aux montants correspondants de 34 M\$ et de 3,4 M\$ pour 2010.

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

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010	2011	2010
Investissements de maintien	11 907 \$	2 762 \$	16 943 \$	6 194 \$
Investissements de transition	1 872	2 985	3 213	4 097
Investissements de croissance	7 676	3 095	15 581	8 226
Total	21 455 \$	8 842 \$	35 737 \$	18 517 \$
Ajustement pour tenir compte des dépenses présentées selon la comptabilité de caisse	(2 522)	1 071	(4 947)	569
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	18 933 \$	9 913 \$	30 790 \$	19 086 \$

Les investissements de maintien se sont élevés à 11,9 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2011 comparativement à 2,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, et à 16,9 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, comparativement à 6,2 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent en raison d'une augmentation du niveau d'activité associé aux acquisitions effectuées en 2010. Plus précisément, au cours du deuxième trimestre, nous avons investi dans les aménagements des locaux loués afin d'accueillir notre nouvelle division Mediative dans ses nouveaux locaux de Toronto, de Montréal et de Vancouver.

Les investissements de transition sont demeurés relativement stables, à 1,9 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2011, comparativement à 3,0 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, et à 3,2 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, comparativement à 4,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Les investissements de croissance ont trait à l'élaboration et à la mise en œuvre de nouvelles technologies et de nouveaux logiciels visant de nouvelles initiatives, alors que nous poursuivons notre transformation en vue de devenir un chef de file en matière de services en ligne. Au cours du deuxième trimestre de 2011, ces dépenses se sont élevées à 7,7 M\$ comparativement à 3,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, et à 15,6 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011, comparativement à 8,2 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Les dépenses d'investissement ont totalisé 18,9 M\$ pour le deuxième trimestre, ce qui correspond à nos attentes.

Flux de trésorerie liés aux activités de financement provenant des activités poursuivies

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement des activités poursuivies ont diminué de 16,7 M\$ pour s'établir à 154,9 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2011 par rapport à 171,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution du montant des dividendes par action par rapport à 2010 a eu pour effet de diminuer les dividendes aux actionnaires de 56,3 M\$ pour le semestre clos le 30 juin 2011 comparativement à la période correspondante de l'exercice précédent. Bien que le montant net au titre de l'émission d'emprunts à long terme et de papier commercial ait diminué, passant de 397,4 M\$ en 2010 à 198,4 M\$ en 2011, nous avons également enregistré un montant inférieur au titre du rachat de divers instruments d'emprunt pour 2011. Pour le semestre clos le 30 juin 2011, nous avons racheté des actions et des instruments d'emprunt pour un montant de 88,6 M\$, comparativement à 320,1 M\$ en 2010. En outre, au cours de l'exercice, nous avons racheté les 106,2 M\$ de billets restants émis dans le cadre de l'acquisition de Canpages.

Instruments financiers et autres instruments

(Se reporter à la note 25 des états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2010).

Les instruments financiers de la Société comprennent la trésorerie, les créances clients, les placements, les fournisseurs et autres créditeurs, les dividendes à verser, la dette à court terme et la dette à long terme, les instruments convertibles et échangeables et les actions préférentielles.

Instruments dérivés

En août 2009, la Société a conclu trois swaps de taux d'intérêt totalisant 130 M\$ pour couvrir les billets à moyen terme de série 9. La Société reçoit des intérêts au taux de 6,5 % sur ces swaps et paie un taux variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré d'un écart de 4,3 %. Les swaps viennent à échéance le 10 juillet 2013, en même temps que la dette sous-jacente.

En février 2010, la Société a également conclu deux swaps de taux d'intérêt totalisant 125 M\$ pour couvrir les billets à moyen terme de série 8. La Société reçoit des intérêts au taux de 6,85 % sur ces swaps et paie un taux variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré d'un écart de 4,3 %. Les swaps viennent à échéance le 3 décembre 2013, en même temps que la dette sous-jacente.

Le 27 juin 2011, Yellow Média inc. a résilié les cinq swaps de taux d'intérêt susmentionnés d'une valeur nominale de 255 M\$, pour un produit brut de 3,8 M\$. Ce dernier montant sera amorti sur la durée de la dette sous-jacente. En tenant compte des instruments d'emprunt non réglés, des actions préférentielles de séries 1 et 2 et de la trésorerie, notre ratio à taux fixe-variable s'établissait à 77 % de la dette à taux fixe au 30 juin 2011.

Les modalités et les conditions auxquelles sont assujetties les actions préférentielles de séries 1 et 2 prévoient le remboursement au gré de la Société dans certaines circonstances. Ces options correspondent à la définition d'un dérivé incorporé et sont comptabilisées à la juste valeur dans l'état consolidé de la situation financière, et les variations de la juste valeur sont comptabilisées en résultat.

La valeur comptable des dérivés incorporés correspondait à un actif de 0,2 M\$ au 30 juin 2011. La valeur comptable est établie à l'aide de flux de trésorerie actualisés en fonction des taux du marché en vigueur à la clôture du trimestre, comme il est d'usage dans le secteur. Pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011, nous avons comptabilisé des pertes sur dérivés respectives de 1,9 M\$ et de 3,3 M\$ (un profit de 0,7M\$ et une perte de 0,9 M\$, respectivement, pour 2010), excluant la perte sur dérivés désignés comme couvertures de flux de trésorerie au cours de périodes antérieures, transférée au résultat au cours de la période, et les paiements liés aux swaps de taux d'intérêt qui ont mis fin à la comptabilité de couverture. En outre, nous avons comptabilisé un montant de 4,2 M\$ au cours du semestre clos le 30 juin 2011 au titre d'un ajustement et des montants de 3,5 M\$ et de 5,3 M\$ pour le trimestre et le semestre clos le 30 juin 2011 au titre de la prime de remboursement stipulée en vertu du SRT.

4. Résultat ajusté lié aux activités poursuivies

La source principale de trésorerie de la Société servant au versement des dividendes est le résultat ajusté. Le tableau suivant présente un rapprochement du résultat net attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires et du résultat ajusté :

Résultat ajusté lié aux activités poursuivies

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

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010	2011	2010
Résultat net lié aux activités poursuivies	(20 698) \$	52 953 \$	49 755 \$	173 340 \$
Attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	190	-	357	-
Dividendes versés aux détenteurs d'actions préférentielles	(5 662)	(5 779)	(11 372)	(11 477)
Résultat net lié aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(26 170)	47 174	38 740	161 863
Amortissement des immobilisations incorporelles ^{1, 4}	36 394	23 695	76 927	38 977
Frais connexes à l'acquisition ^{2, 4}	4 494	13 974	5 073	16 508
Frais de restructuration et charges spéciales ⁴	8 571	6 293	8 571	6 293
Autres ^{3, 4}	38 558	(709)	47 459	68
Impôt sur le résultat différé	27 378	45 832	29 430	49 479
Résultat ajusté lié aux activités poursuivies	89 225 \$	136 259 \$	206 200 \$	273 188 \$
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	514 623 616	503 465 369	512 525 771	504 105 534
Résultat ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies ^{4, 5}	0,17 \$	0,27 \$	\$0,40 \$	0,54 \$
Dividendes sur actions ordinaires	83 521 \$	100 653 \$	166 985 \$	201 686 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,16 \$	0,20 \$	0,32 \$	0,40 \$
Ratio de distribution	94 %	74 %	80 %	74 %

¹ Représente l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires.

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

³ Comprend des montants liés à d'autres éléments non récurrents, notamment la perte de valeur de la participation dans une entreprise associée, ainsi que des charges financières sans effet de trésorerie.

⁴ Les éléments sont présentés après impôt sur le résultat selon le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi de 27,9 % (29,9 % en 2010).

⁵ Se reporter à la section 2, « Résultats », pour des détails sur le calcul du résultat de base par action.

Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies

Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010	2011	2010
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	87 923 \$	165 777 \$	199 624 \$	293 466 \$
Dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	18 933	9 913	30 790	19 086
Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies	68 990 \$	155 864 \$	168 834 \$	274 380 \$

Dividendes

Dividendes

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

	Trimestres clos les 30 juin		Semestres clos les 30 juin	
	2011	2010	2011	2010
Dividendes accumulés, à l'ouverture de la période ¹	3 518 646 \$	3 133 496 \$	3 435 182 \$	3 032 463 \$
Dividendes sur actions ordinaires	83 521	100 653	166 985	201 686
Dividendes accumulés, à la clôture de la période ¹	3 602 167 \$	3 234 149 \$	3 602 167 \$	3 234 149 \$
Dividendes accumulés par action ordinaire, à l'ouverture de la période	7,36 \$	6,60 \$	7,20 \$	6,40 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,16 \$	0,20 \$	0,32 \$	0,40 \$
Dividendes accumulés par action ordinaire, à la clôture de la période	7,52 \$	6,80 \$	7,52 \$	6,80 \$

¹ Les montants avant le 1^{er} novembre 2010 correspondaient à des distributions du Fonds de revenu Pages Jaunes.

Dividendes sur actions ordinaires

Les dividendes à payer par Yellow Média inc. à ses actionnaires sont comptabilisés dans la période où ils sont déclarés. À compter de janvier 2011, selon la politique sur les dividendes de Yellow Média inc., il a été établi que les dividendes seront de 0,65 \$ par action ordinaire par année. Se reporter à la rubrique 5, « Perspectives », pour consulter une analyse de nos dividendes en espèces sur actions ordinaires.

La gestion du dividende de base sur actions ordinaires de Yellow Média inc. est laissée à la discrétion du conseil d'administration de Yellow Média inc., qui peut notamment la modifier selon les résultats et les besoins financiers de la Société, les conclusions des tests de solvabilité imposés par la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* pour la déclaration des dividendes ou pour tout autre motif alors pertinent.

Le 21 octobre 2010, Yellow Média inc. a annoncé l'adoption d'un plan de réinvestissement de dividendes (le plan). Celui-ci a pris effet au moment de la conversion, précédemment annoncée, de la structure de fiducie de revenu de la Société en une structure de société par actions, conversion qui a été menée à terme le 1^{er} novembre 2010. Aux termes du plan, les détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc. qui sont des résidents du Canada peuvent choisir de réinvestir les dividendes en espèces versés sur leurs actions ordinaires en actions ordinaires supplémentaires de Yellow Média inc., à compter du versement des dividendes déclarés après le 1^{er} novembre 2010. En vertu du plan, la Société peut choisir d'acheter les actions ordinaires sur le marché libre ou d'en émettre de nouvelles sur le capital autorisé. Le plan permet à la Société d'émettre ces nouvelles actions ordinaires à un escompte de 2 % à 5 % par rapport aux cours du marché en vigueur. Au 10 février 2011, la Société a l'intention d'émettre, aux termes du plan, des actions ordinaires sur le capital autorisé, à un escompte de 5 % par rapport au cours moyen (tel qu'il est défini dans le plan) des actions ordinaires à la date de versement des dividendes applicable. Au 30 juin 2011, le taux de participation au plan offert par Yellow Média inc. s'établissait environ à 5 %.

5. Perspectives

Yellow Média inc. progresse dans le remaniement de ses activités afin de devenir le chef de file des médias de performance et de solutions marketing au Canada. Notre mandat consiste à réunir les consommateurs et les entreprises par l'intermédiaire de notre réseau de services de recherche mobile, de sites Web et de médias imprimés. Nous demeurons concentrés sur la mise en place des plateformes nécessaires, l'amélioration de nos services en ligne existants, la multiplication de nos produits mobiles, l'investissement dans les acquisitions complémentaires nécessaires et l'établissement des partenariats clés afin d'atteindre nos objectifs d'affaires tout en assainissant notre bilan et en conservant une certaine souplesse financière.

Nous continuons de mettre l'accent sur les trois piliers de notre stratégie de croissance interne, soit l'amélioration de l'expérience des utilisateurs, l'augmentation de l'utilisation de notre réseau de plateformes et l'élargissement de la gamme de services offerts aux clients actuels et potentiels.

Dans le cadre de l'élaboration d'un modèle d'entreprise « à guichet unique » pour les petites et moyennes entreprises, nous continuons de mettre à profit notre force de vente, notre marque et notre offre de contenu. De plus, nous continuons d'investir dans le lancement de nouveaux produits visant à accélérer notre transition vers un contenu en ligne et mobile. Selon notre cadre d'exploitation révisé pour le reste de 2011 et l'exercice 2012, nous devons mettre davantage l'accent sur la prestation de nouveaux services à nos clients, le renouvellement de l'engagement envers la marque et la promotion connexe et l'augmentation des investissements dans des partenariats favorisant le trafic et les occasions de distribution.

Décisions clés

Le 4 août 2011, Yellow Média Inc. a annoncé qu'elle avait pris les décisions clés suivantes au sujet de sa politique financière et de la transformation de ses activités :

Dividendes de base sur actions ordinaires

Après une analyse minutieuse, et dans le but d'améliorer son profil de risque financier et sa situation de capital, Yellow Média inc. a décidé de réduire les dividendes en espèces annuels versés aux détenteurs d'actions ordinaires de 0,65 \$ à 0,15 \$. Un dividende trimestriel de 0,0375 \$ sera payable le 16 janvier 2012 aux actionnaires inscrits à la fermeture des bureaux le 30 décembre 2011. Pour les derniers deux mois du troisième trimestre de 2011, un dividende de 0,025 \$ sera payable le 17 octobre 2011 aux actionnaires inscrits le 30 septembre 2011. Nous visons maintenant un dividende annuel de base de 0,15 \$, ce qui représente un niveau de dividende prudent. Ce ratio de distribution devrait fournir à Yellow Média inc. une souplesse financière suffisante pendant que nous effectuerons la transition de notre entreprise vers le Web.

Rétractation vis-à-vis de nos prévisions à court terme officielles en matière de profits

Nos objectifs pour l'exercice se clôturant le 31 décembre 2011 ont été établis en août 2010 d'après les perspectives économiques et d'affaires formulées à ce moment-là. Selon les tendances des derniers mois dans nos activités, les médias imprimés sont de plus en plus délaissés au profit des médias en ligne, et les marges ont diminué en raison des récentes acquisitions, ce qui accroît la pression sur le BAIIA. Yellow Média inc. effectue actuellement un examen de ses plans stratégique et opérationnel. Cette transition vers des produits en ligne plutôt qu'imprimés et les incertitudes liées aux lancements de nouveaux produits et au succès de tels lancements en vue de compenser la tendance à la baisse des produits provenant des médias imprimés pourraient faire en sorte que la croissance des produits et le BAIIA diffèrent des données intégrées dans le modèle actuel. Par conséquent, la Société se rétracte vis-à-vis de ses prévisions pour le reste de 2011. Selon l'issue de l'examen, la juste valeur des actifs de Yellow Média inc. pourrait être inférieure à leur valeur comptable.

En outre, nous modifions actuellement la politique relative à nos prévisions à court terme en matière de profits. La Société a décidé de ne plus présenter de directives en ce qui a trait aux produits, au BAIIA et aux résultats annuels. Notre but est de réussir la transformation de l'entreprise à long terme. Nous demeurons engagés à fournir des informations exhaustives et une grande transparence aux investisseurs, et nous donnerons des renseignements sur les tendances actuelles et prévues liées aux indicateurs clés d'exploitation, à la combinaison des produits, au cycle de vie des produits, aux marges du BAIIA, aux dépenses d'investissement, à la restructuration, aux charges spéciales et aux autres éléments importants qui ont une incidence sur nos résultats opérationnels.

Yellow Média inc. est consciente des défis liés à la transformation du modèle d'affaires. Des investissements doivent être effectués afin de maintenir notre leadership au Canada. Ainsi, nous nous concentrons sur la prise de décisions clés et l'adoption d'une démarche appropriée pour accélérer la transformation de l'entreprise et maintenir la souplesse financière au cours de cette période de transition. La récente conclusion de la vente de Société Trader au moyen des flux de trésorerie générés de façon continue et la hausse des résultats non distribués renforcera la situation de capital de Yellow Média inc. et l'aidera à atteindre ces objectifs.

Nous continuerons de présenter nos progrès en vue d'atteindre les objectifs d'affaires fixés en nous appuyant sur l'évolution de l'environnement économique, la conjoncture économique et les conditions d'exploitation locales, la concurrence directe et indirecte en ce qui a trait à nos produits ainsi que d'autres facteurs pertinents.

En transformant son entreprise, Yellow Média inc. prévoit accroître les produits provenant des médias imprimés pour qu'ils atteignent 50 % du total des produits d'ici la fin de 2014. En réalisant une bonne exécution à l'interne et en appliquant les initiatives de réduction des coûts, nous prévoyons également que les marges du BAIIA se stabiliseront à environ 50 % au cours des trois prochains exercices.

Adoption d'une politique financière plus prudente qui donnera lieu à la baisse de l'endettement de façon soutenue.

Étant donné nos efforts continus axés sur la transition de nos activités en ligne, nous estimons que la réduction des dividendes en espèces versés aux actionnaires (à compter d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de 2014), le produit tiré de la vente récente du secteur de l'automobile de la Société Trader, et un montant de plus de 1,0 G\$ en flux de trésorerie disponibles et après impôt tirés des activités poursuivies sont autant d'éléments qui nous permettront de rembourser des dettes et d'autres obligations tout en fournissant à la Société des liquidités suffisantes pour financer le fonds de roulement et les dépenses d'investissement et acquitter l'impôt en espèces à mesure qu'il deviendra exigible.

Yellow Média inc. prévoit améliorer son profil financier grâce à une politique financière prudente au maintien d'une structure du capital flexible offrant une souplesse financière au moyen de diverses sources de financement et des échéances échelonnées selon les obligations. Nous demeurons convaincus qu'une refonte des directives de financement et une démarche disciplinée relativement aux investissements internes et à leur mise en œuvre nous permettront de bien nous positionner pour devenir une société de solutions de médias numériques et de marketing. Par conséquent, nous prévoyons mettre en place des mesures de protection contre le risque de crédit plus solides, et nous ciblons maintenant un ratio de la dette nette par rapport au BAIIA soutenu d'environ 2 fois, comparativement à un ratio de 2,8 à 3,2 fois actuellement.

6. Hypothèses critiques

Méthodes et estimations comptables critiques

Dans nos états financiers consolidés annuels de 2010 et les notes annexes, ainsi que dans notre rapport de gestion annuel de 2010, nous avons déterminé les méthodes et estimations comptables essentielles à la compréhension de nos activités et de nos résultats opérationnels. Le 1^{er} janvier 2011, avec l'adoption des IFRS, les méthodes comptables critiques et les jugements et estimations significatifs ont été mis à jour afin de se conformer à cette adoption. Se reporter à nos états financiers consolidés résumés intermédiaires pour le trimestre clos le 31 mars 2011 pour obtenir de plus amples renseignements sur les méthodes comptables adoptées en vertu des IFRS ainsi qu'une analyse détaillée de nos jugements et estimations significatifs.

Nouvelles normes comptables

Récentes prises de position faisant autorité en comptabilité

En février 2008, le Conseil des normes comptables (CNC) a confirmé que les IFRS seront obligatoires au Canada pour les entités à but lucratif ayant une obligation d'information du public pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2011. Nos premiers états financiers annuels établis conformément aux IFRS porteront sur l'exercice se clôturant le 31 décembre 2011 et comprendront les chiffres comparatifs de l'exercice 2010. Se reporter à la note 19 des états financiers ci-joints pour obtenir un résumé des différences entre nos états financiers auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux que nous présentons désormais conformément aux IFRS.

IFRS 9, Instruments financiers

IFRS 9 constitue le premier volet d'un projet en trois phases de l'IASB visant à remplacer IAS 39, *Instruments financiers – Comptabilisation et évaluation*. Cette norme s'applique aux actifs financiers et exige le classement et l'évaluation dans la catégorie du coût amorti ou de la juste valeur. IFRS 9 est appliquée de manière prospective conformément aux dispositions transitoires, selon la date d'application. La norme n'est pas applicable avant les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013, mais son application anticipée est permise. Yellow Média inc. n'a pas terminé d'évaluer l'incidence de l'adoption d'IFRS 9, mais elle s'attend à ce que cette incidence soit limitée.

IFRS 10, États financiers consolidés

IFRS 10 remplace les exigences de consolidation d'IAS 27, *États financiers consolidés et individuels*, et de SIC-12, *Consolidation – Entités ad hoc*. IFRS 10 énonce les principes de présentation et de préparation d'états financiers consolidés lorsqu'une entité contrôle une ou plusieurs autres entités. Cette norme prendra effet pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. L'adoption anticipée est permise, à condition qu'IFRS 11, IFRS 12 et les modifications connexes à IAS 27 et IAS 31 (la « série de cinq normes ») soient adoptées au même moment. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 10.

IFRS 11, Partenariats

IFRS 11 remplace IAS 31, *Participation dans des coentreprises*, ainsi que SIC-13, *Entités contrôlées conjointement – Apports non monétaires par des coentrepreneurs*. IFRS 11 exige des parties à un partenariat qu'elles déterminent le type de partenariat qu'elles ont conclu en évaluant les droits et les obligations qui s'y rattachent. Elle exige également l'utilisation d'une seule méthode de comptabilisation des participations dans des entités contrôlées conjointement, soit la méthode de la mise en équivalence. IFRS 11 sera applicable au même moment qu'IFRS 10. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 11.

IFRS 12, Informations à fournir sur les participations dans les autres entités

IFRS 12 est une nouvelle norme portant sur les obligations en matière d'informations à fournir visant tous les types de participations dans les autres entités, y compris les filiales, les partenariats, les entreprises associées et les entités structurées non consolidées. IFRS 12 sera applicable au même moment qu'IFRS 10. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 12.

IFRS 13, Évaluation à la juste valeur

IFRS 13 est une nouvelle norme définissant la juste valeur qui exige la présentation d'informations sur les évaluations à la juste valeur. Elle prendra effet pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2013. L'adoption anticipée est permise. La norme s'appliquera prospectivement à compter du début de l'exercice au cours duquel elle sera adoptée. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 13.

7. Risques et incertitudes

Cette section présente les principaux risques et incertitudes pouvant avoir une incidence importante sur les résultats futurs de GPJ et des explications sur la façon dont GPJ entend gérer ces risques.

Comprendre et gérer les risques sont deux éléments essentiels du processus de planification stratégique de GPJ. Le Conseil exige que nos cadres supérieurs cernent et gèrent de façon appropriée les principaux risques liés à nos activités opérationnelles. Afin de comprendre et de gérer les risques de GPJ, notre conseil d'administration et notre équipe de la haute direction ont analysé les risques dans trois grandes catégories :

1. les risques stratégiques – pour la plupart, de nature externe;
2. les risques financiers – généralement liés à des questions abordées dans la politique de gestion des risques financiers et dans l'énoncé de la politique et des procédures en matière de placements pour la retraite;
3. les risques opérationnels – principalement liés aux risques qui sont sous le contrôle de la direction dans tous les principaux secteurs fonctionnels de l'organisation.

GPJ a adopté certains principes directeurs qui visent à gérer les risques auxquels il est exposé. Se reporter au rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2010 pour une description complète des facteurs de risque. Malgré ces principes, la Société ne peut garantir le succès de ces efforts. Nos risques et incertitudes sont demeurés inchangés depuis la publication de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2010. Pour plus d'information, se reporter à la partie correspondante de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

8. Contrôles et procédures

La direction, y compris le président et chef de la direction et le vice-président exécutif, services corporatifs et chef de la direction financière, a déterminé qu'aucun changement ayant une incidence importante ou susceptible d'avoir une incidence importante sur les contrôles internes à l'égard de la présentation de l'information financière de la Société n'a été apporté aux contrôles internes au cours du trimestre clos le 30 juin 2011.