

## **Pages Jaunes Limitée présente ses résultats pour le troisième trimestre de 2016 et annonce des changements organisationnels dans son équipe de direction**

- Les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 8,4 % d'un exercice à l'autre pour se chiffrer à 138,6 M\$ pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, ce qui représente 68,9 % du total des produits.
- L'initiative de la Société visant à accélérer le rythme d'acquisition des clients se poursuit et est en bonne voie d'atteindre son objectif pour 2016, avec l'acquisition de 40 200 nouveaux clients au cours de la période de douze mois close le 30 septembre 2016, comparativement à 27 200 nouveaux clients acquis au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Le nombre de clients de la Société totalisait 243 000 au 30 septembre 2016, comparativement à 246 000 pour la période correspondante de l'exercice précédent.
- Le BAIIA ajusté pour tenir compte des frais de restructuration et charges spéciales (le « BAIIA ajusté ») a totalisé 56,9 M\$, ou 28,3 % des produits, pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, comparativement à 63,8 M\$, ou 30,3 % des produits, pour la période correspondante de l'exercice précédent. Les flux de trésorerie disponibles ont totalisé 58,2 M\$ au troisième trimestre de 2016, comparativement à 34,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.
- La Société prévoit effectuer un paiement de rachat obligatoire du capital de ses billets garantis de premier rang à 9,25 % (les « billets ») totalisant 61,1 M\$, le 30 novembre 2016. Les paiements de rachat obligatoire du capital totaliseront 97,1 M\$ en 2016, ce qui portera le solde des billets en cours à 309,7 M\$ au 30 novembre 2016.

**Montréal (Québec), le 10 novembre 2016** — Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) (la « Société ») a publié aujourd'hui ses résultats financiers et d'exploitation pour le trimestre clos le 30 septembre 2016 et a annoncé des changements organisationnels dans son équipe de haute direction.

« Nous avons fait des progrès considérables dans notre plan de retour à la croissance. Nous continuons à diminuer notre niveau d'endettement, comptons 243 000 clients d'affaires (petites entreprises) et générons des produits annualisés tirés des médias numériques de plus de 550 millions de dollars, a déclaré M. Julien Billot, président et chef de la direction de Pages Jaunes. Nous nous trouvons actuellement à un tournant de notre plan, où nous commençons à examiner les exigences de la prochaine étape de notre évolution. En conséquence, nous apportons certains changements à notre équipe de haute direction pour veiller à ce que notre entreprise soit le mieux adaptée possible à notre environnement actuel et futur. »

### **Changements visant la direction**

Voici les principaux changements visant la direction :

- Ginette Maillé, première vice-présidente et chef de la direction financière, prend sa retraite de Pages Jaunes le 1er mars 2017 après 13 années de service auprès de la Société. Cette dernière a lancé un processus de recrutement afin de trouver un nouveau chef de la direction financière qui sera un partenaire stratégique pour le chef de la direction. Franco Sciannamblo, vice-président et

contrôleur corporatif, travaillera étroitement avec Mme Maillé au cours de la période intérimaire afin d'assurer une transition harmonieuse.

- Doug Clarke, premier vice-président et chef de l'exploitation, dont les responsabilités principales sont liées aux ventes et de l'excellence du service à la clientèle, prend également sa retraite de la Société le 1er mars 2017.
- Dominique Vallée, qui a élaboré et supervisé la très fructueuse stratégie d'acquisition de clients de la Société à titre de vice-présidente, Ventes, remplacera M. Clark et occupera le nouveau poste de première vice-présidente, Ventes et service à la clientèle.

« Nous remercions Ginette et Doug pour leur contribution à l'entreprise au fil des ans et leur souhaitons beaucoup de succès dans leurs activités futures », a ajouté M. Billot.

### **Résultats pour le troisième trimestre de 2016**

Pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, les produits ont diminué de 4,5 % d'un exercice à l'autre pour atteindre 201,1 M\$, comparativement à 210,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution des produits au cours du trimestre s'explique par la baisse des produits tirés des médias imprimés. Les produits pour le trimestre comprennent les produits tirés de JUICE, acquise le 17 mars 2016. Sur une base pro forma, pour tenir compte d'un ajustement des produits reflétant l'inclusion de JUICE au cours du troisième trimestre de 2015, les produits ont diminué de 7 % d'un exercice à l'autre pour le trimestre clos le 30 septembre 2016.

Les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 8,4 % d'un exercice à l'autre pour totaliser 138,6 M\$ pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, ce qui représente 68,9 % du total des produits, comparativement à 127,8 M\$, ou 60,7 % des produits, pour la période correspondante de l'exercice précédent. Sur une base pro forma, les produits tirés des médias et solutions numériques, pour le troisième trimestre de 2016, ont augmenté de 3 % d'un exercice à l'autre. Les activités locales de Pages Jaunes ont contribué favorablement à la croissance pro forma des produits tirés des médias et solutions numériques, en raison de l'accélération de l'acquisition de clients qui s'est poursuivie et de l'augmentation continue des dépenses à l'égard des produits numériques parmi les clients de la Société qui renouvellent leur contrat. La croissance pro forma des produits tirés des médias et solutions numériques a aussi bénéficié de l'expansion du réseau de vendeurs et d'acheteurs immobiliers de DuProprio/ComFree (« DPCF ») au Québec et en Ontario, de même que de la croissance des produits de nos activités de publicité nationale (JUICE et Mediative). Toutefois, les activités de publicité nationale ont enregistré des résultats moins élevés que prévu.

Dans ce contexte, Pages Jaunes révisé ses prévisions en matière de produits pour 2016 et prévoit enregistrer une croissance pro forma d'un exercice à l'autre des produits tirés des médias et solutions numériques pour l'exercice clos le 31 décembre 2016 se situant entre 5 % et 8 %, par rapport aux prévisions de 9 % à 11 % présentées précédemment.

Les produits tirés des médias imprimés ont diminué de 24,4 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 62,6 M\$. Les produits tirés des médias imprimés ont subi l'incidence défavorable d'un recul du nombre de clients des médias imprimés et de la migration des dépenses de marketing imprimé vers le marketing numérique.

Le BAIIA ajusté a totalisé 56,9 M\$ pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, comparativement à 63,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La marge sur BAIIA ajusté pour le troisième trimestre de 2016 s'est établie à 28,3 %, comparativement à 30,3 % pour le troisième trimestre de 2015. La diminution du BAIIA ajusté et de la marge sur BAIIA ajusté s'explique principalement par la baisse des produits tirés des médias imprimés et les modifications de la composition des produits, contrebalancées en partie par la réalisation continue d'initiatives d'économie de coûts. La marge sur BAIIA ajusté a également été influencée par l'acquisition de JUICE, qui exerce ses activités à une marge sur BAIIA ajusté inférieure à celle de Pages Jaunes avant l'acquisition. Comme les produits tirés de JUICE devraient être moins élevés que ce qui avait été initialement prévu, Pages Jaunes prévoit atteindre une marge sur BAIIA ajusté d'environ 29 % pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, comparativement à la prévision de 28 % présentée précédemment.

Au cours du trimestre clos le 30 septembre 2016, le bénéfice net s'est élevé à 3,8 M\$ comparativement à un bénéfice net de 13,2 M\$ pour l'exercice précédent. Le bénéfice net a subi principalement l'incidence d'une diminution du BAIIA ajusté et d'une augmentation des amortissements, qui résultent principalement d'une hausse des dépenses d'investissement liée à la transformation numérique de la Société et de l'amortissement des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de JUICE. Pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, la Société a comptabilisé un bénéfice de base par action de 0,14 \$, comparativement à un bénéfice de base par action de 0,49 \$ pour l'exercice précédent.

Pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, les flux de trésorerie disponibles ont augmenté pour s'établir à 58,2 M\$, comparativement à 34,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation des flux de trésorerie disponibles s'explique principalement par une hausse des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation en raison du règlement d'avis de cotisation pour les taxes de vente et par une baisse des dépenses d'investissement.

Au 30 septembre 2016, la dette nette totalisait 390,7 M\$, par rapport à 430,6 M\$ à l'exercice précédent. La Société prévoit effectuer un paiement de 61,1 M\$ le 30 novembre 2016, ce qui portera le total des paiements de rachat obligatoire du capital à 97,1 M\$ pour 2016.

### **Mise à jour sur l'exploitation**

« Notre secteur numérique continue de croître, comme le démontre la forte acquisition de clients dans ce secteur. Nous continuons de concentrer nos efforts sur le contrôle des coûts, la production de flux de trésorerie et les investissements dans les occasions de croissance numérique », a déclaré M. Billot.

#### *Rehausser la proposition de valeur aux clients*

- Le nombre de clients de la Société totalisait 243 000 au 30 septembre 2016, comparativement à 246 000 au 30 septembre 2015, ce qui représente un recul net de 3 000 clients d'un exercice à l'autre, soit une amélioration significative par rapport à la baisse nette de 14 000 clients au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.
- Au cours de la période de douze mois close le 30 septembre 2016, Pages Jaunes a continué d'accélérer son rythme d'acquisition de clients, avec 40 200

nouveaux clients acquis, comparativement à 27 200 nouveaux clients acquis pour la période correspondante de l'exercice précédent. Diverses initiatives sont actuellement mises en œuvre afin de promouvoir la génération et la conversion d'occasions d'affaires au sein de l'effectif de vente de la Société, notamment des campagnes publicitaires ciblées pour la génération d'occasions d'affaires, de nouveaux outils de vente, de même que de nouveaux produits conçus spécifiquement pour répondre aux besoins publicitaires des petites et moyennes entreprises.

- Le taux de renouvellement des clients s'est établi à 83 % pour la période de douze mois close le 30 septembre 2016, comparativement à un taux de renouvellement de 85 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le taux de renouvellement des clients a continué d'être affecté défavorablement par le rythme accéléré d'acquisition de clients. Généralement, les nouveaux clients présentent un taux plus élevé de roulement que les cohortes de clients antérieures. Dans le but de maintenir les taux de renouvellement des clients, Pages Jaunes a mis en place des équipes spécialisées en matière d'intégration et de fidélisation.

#### *Mettre en valeur les actifs liés aux médias*

- Le total des visites sur nos médias numériques s'est élevé à 109,4 millions pour le trimestre clos le 30 septembre 2016, comparativement à 124,1 millions pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le total des visites sur les médias numériques mesure le nombre de visites sur les médias en ligne et mobiles PJ, PJ Shopwise, PJ Resto, RedFlagDeals, C411, Bookenda et dine.TO, et sur les médias des partenaires de syndication des applications de la Société. Le total des visites sur nos médias numériques s'est amélioré légèrement au cours du troisième trimestre de 2016 par rapport au deuxième trimestre de 2016, mais demeure affecté par les changements constants apportés à la présentation des pages de résultats de recherche du Web mobile de Google, qui ont commencé à la fin de 2015 et qui ont poussé les résultats naturels de tous les éditeurs de contenu Web mobile plus bas dans les pages de recherche de Google. Le classement en tête de Pages Jaunes parmi les résultats naturels du Web mobile de Google est toutefois demeuré relativement inchangé, malgré les changements apportés à la présentation, ce qui reflète la pertinence et la qualité élevées des données de la Société.
- Apporter des modifications et des améliorations reposant sur des données aux fonctionnalités et à l'expérience pour l'utilisateur demeure une priorité pour Pages Jaunes dans ses plateformes. Des améliorations continues à la page de résultats de recherche de PJ.ca ont été apportées et de nouvelles présentations des pages des marchands ont été lancées dans le but de générer un plus grand nombre de clics pour les annonceurs. Les partenariats, comme celui avec l'application Apple Plans, continuent d'offrir une valeur ajoutée aux utilisateurs, et se traduisent par des bassins de consommateurs plus intéressés, une augmentation de l'utilisation directe et un meilleur rendement sur le capital investi pour les marchands qui annoncent sur les médias numériques de Pages Jaunes.

### *Promouvoir les possibilités de la marque*

- Dans le but d'accroître la notoriété des programmes de marketing numérique de Pages Jaunes et de mettre en évidence leur incidence sur la croissance des entreprises locales, la Société a ouvert sa propre petite entreprise, The Lemonade Stand, dans le quartier The Beaches à Toronto, en Ontario. La Société a réussi à accroître les activités du stand de limonade, un magasin éphémère jusque-là inconnu, qui vend de la limonade et des desserts à base de citron, en utilisant seulement les solutions de marketing numérique de Pages Jaunes. Le succès de The Lemonade Stand a été annoncé par l'entremise d'une campagne multimédia nationale. La campagne, qui a été lancée à la fin de mai 2016, a grandement amélioré la perception de Pages Jaunes en tant que fournisseur fiable de solutions de marketing et de publicité numérique. Elle a aussi accru la probabilité que des annonceurs envisagent Pages Jaunes comme fournisseur pour leurs besoins en marketing. La campagne peut être visionnée sur le Carrefour Affaires 360° à l'adresse <https://carrefouraffaires.pj.ca/the-lemonade-stand>.

Alors que la Société continue de mettre en œuvre son plan de retour à la croissance, elle a entrepris un processus pour déterminer la meilleure façon d'assurer une évolution continue de l'entreprise et définir une stratégie connexe. Nous avons entrepris un examen de notre stratégie d'affaires et une révision des perspectives de la direction dans le but de soutenir le succès durable à long terme de notre entreprise axée sur le numérique. Les secteurs où nous continuerons de concentrer nos efforts comprennent le portefeuille de produits, la stratégie de mise en marché, la force de nos marques, nos plateformes d'exploitation, la croissance des produits à long terme et du BAIIA ajusté et notre politique de répartition du capital. La Société prévoit terminer ce processus au début de 2017.

### **Conférence téléphonique**

Pages Jaunes Limitée tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes à 8 h 30 (heure de l'Est) le 10 novembre 2016 pour commenter les résultats du troisième trimestre de 2016. On peut assister à cette conférence en composant le 416-340-2218 dans la région de Toronto ou le 1-866-225-0198 à l'extérieur de cette zone.

La conférence sera aussi disponible par webdiffusion à partir du site Web de la Société à l'adresse <https://entreprise.pj.ca/fr/actualites-pages-jaunes/evenements/resultats-financiers-et-operationnels-du-3e-trimestre-de-2016/>

La conférence téléphonique sera archivée dans la section Investisseurs du site Web à l'adresse <https://entreprise.pj.ca/fr/investisseurs/evenements-financiers-presentations/>

Elle sera également accessible en différé du 10 novembre au 11 décembre 2016 en composant le 905-694-9451 dans la région de Toronto ou le 1 800 408-3053 à l'extérieur de cette zone.

Le code d'accès est le **4654766**.

## À propos de Pages Jaunes Limitée

Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) est une société canadienne de médias numériques et de solutions marketing. Elle favorise la croissance des économies locales en aidant les entreprises à créer et renforcer des liens avec leurs clients grâce à sa gamme de médias et de produits. Pages Jaunes détient certains des principaux médias de recherche locale en ligne au Canada, notamment [PJ.ca<sup>MC</sup>](#), le réseau [DuProprio/Comfree](#), [RedFlagDeals.com<sup>MC</sup>](#), [Canada411.ca](#), [411.ca](#), [Bookenda.com](#), [dine.TO](#) et [PJ Immobilier](#), ainsi que les [applications mobiles](#) PJ, PJ Shopwise, PJ Resto, RedFlagDeals, Canada411, 411, Bookenda et PJ Immobilier, de même que les annuaires imprimés Pages Jaunes<sup>MC</sup>. Par le biais de [Mediative](#), Pages Jaunes est un chef de file dans l'offre de solutions publicitaires nationales par l'entremise de ses divers canaux et services dédiés aux entreprises nord-américaines. La Société détient également [JUICE Mobile](#), une entreprise de technologie publicitaire mobile dont les plateformes programmatiques exclusives facilitent l'achat et la vente automatiques de publicité mobile entre les marques et les éditeurs. Pour plus d'information, visitez notre site Web au [www.entreprise.pj.ca](http://www.entreprise.pj.ca).

## Mise en garde concernant les déclarations prospectives

*Le présent communiqué contient des déclarations prospectives au sujet des objectifs, des stratégies, des conditions financières, des résultats et des activités de la Société. Ces déclarations sont prospectives puisqu'elles sont fondées sur nos attentes, en date du 10 novembre 2016, en ce qui concerne nos activités et les marchés sur lesquels nous les exerçons, ainsi que sur différentes estimations et hypothèses. Nos résultats réels pourraient différer de manière importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus touchaient nos activités ou si nos estimations ou hypothèses se révélaient inexactes. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que l'une ou l'autre de nos déclarations prospectives se réalisera. Les risques qui pourraient faire en sorte que nos résultats réels diffèrent de façon importante de nos attentes actuelles sont analysés dans la section 6 de notre rapport de gestion en date du 10 novembre 2016. Nous n'avons aucune intention, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, de mettre à jour les déclarations prospectives même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance, par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.*

## Contacts :

### Médias

Fiona Story

Directrice générale, Relations publiques  
et communications corporatives

Tél. : 514-934-2672

[fiona.story@pj.ca](mailto:fiona.story@pj.ca)

### Relations avec les investisseurs

Kevin Chan

Analyste principal, Planification d'entreprise  
et relations avec les investisseurs

Tél. : 514-938-6727

[kevin.chan@pj.ca](mailto:kevin.chan@pj.ca)

<b>Faits saillants financiers</b>				
(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions et les pourcentages)				
<b>Pages Jaunes Limitée</b>	<b>Pour les trimestres clos les 30 septembre</b>		<b>Pour les périodes de neuf mois closes les 30 septembre</b>	
	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
Produits	<b>201 142 \$</b>	210 593 \$	<b>615 256 \$</b>	621 266 \$
BAIIA ajusté <sup>1</sup>	<b>56 949 \$</b>	63 810 \$	<b>177 773 \$</b>	196 189 \$
Marge sur BAIIA ajusté <sup>1</sup>	<b>28,3 %</b>	30,3 %	<b>28,9 %</b>	31,6 %
Bénéfice net	<b>3 774 \$</b>	13 155 \$	<b>27 878 \$</b>	55 189 \$
Bénéfice de base par action	<b>0,14 \$</b>	0,49 \$	<b>1,05 \$</b>	2,07 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	<b>73 364 \$</b>	54 287 \$	<b>130 239 \$</b>	155 149 \$
Flux de trésorerie disponibles <sup>1</sup>	<b>58 222 \$</b>	34 625 \$	<b>86 769 \$</b>	96 896 \$

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

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAIIA ajusté, défini comme le bénéfice d'exploitation avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales. Le BAIIA ajusté n'est pas une mesure du rendement définie par les IFRS et il n'est pas considéré comme un substitut du bénéfice d'exploitation ou du bénéfice net pour mesurer le rendement de Pages Jaunes. La définition du BAIIA ajusté 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. La direction utilise le BAIIA ajusté pour évaluer le rendement de ses activités, car il reflète la rentabilité continue. La direction est d'avis que certains investisseurs et analystes utilisent le BAIIA ajusté pour évaluer la capacité d'une société d'assurer le service de sa dette et de satisfaire à d'autres obligations de paiement ou pour évaluer les sociétés exerçant leurs activités dans le secteur des médias et des solutions de marketing, ainsi que pour évaluer le rendement d'une entreprise.

De plus, les flux de trésorerie disponibles sont une mesure non définie par les IFRS largement utilisée à titre d'indicateur de la performance financière. Ils ne doivent pas être considérés comme substitut des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation. Les flux de trésorerie disponibles se définissent comme les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement. Les flux de trésorerie disponibles ne sont pas une mesure normalisée et ne peuvent être comparés avec ceux d'autres sociétés ouvertes. La direction considère les flux de trésorerie disponibles comme un indicateur important de la performance de ses activités puisqu'ils présentent le montant en trésorerie disponible pour rembourser la dette et prendre des décisions d'investissement avisées. La direction est d'avis que certains investisseurs et analystes utilisent les flux de trésorerie disponibles pour évaluer une entreprise et ses actifs sous-jacents, de même que la performance d'une société.

La dette nette est une mesure non définie par les IFRS et elle n'a pas de signification normalisée selon les IFRS. Il est donc peu probable qu'elle soit comparable à des mesures semblables employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. La dette nette est définie comme la tranche à court terme de la dette à long terme, plus la dette à long terme et les débiteures échangeables, moins la trésorerie. La direction considère la dette nette comme un indicateur important de son levier financier, car elle représente le montant de la dette qui n'est pas couvert par la trésorerie disponible. La direction est d'avis que certains investisseurs et analystes utilisent la dette nette pour établir le levier financier d'une société.