

**Yellow Média inc. dévoile ses résultats  
pour le quatrième trimestre et l'exercice 2011**

- L'entreprise met l'accent sur la mise en œuvre de sa stratégie Solution 360°
- Les produits tirés des activités en ligne annualisés se chiffrent à 360 M\$, soit environ 29 % des produits d'exploitation
- L'entreprise a réduit sa dette d'environ 800 M\$ en 2011 afin de mieux adapter son bilan à sa stratégie opérationnelle

**Montréal (Québec), le 9 février 2012** – Yellow Média inc. (TSX : YLO) a annoncé aujourd'hui ses résultats pour le quatrième trimestre et pour l'ensemble de l'exercice 2011. Ces résultats témoignent des progrès de l'entreprise dans sa transformation vers les médias numériques et les solutions marketing. L'exercice 2011 a vu le lancement de la Solution 360° Pages Jaunes, qui permet à nos annonceurs d'être repérés par des acheteurs sérieux au moyen d'un choix sans précédent de produits en ligne, mobiles et imprimés.

Yellow Média a conclu la vente de Société Trader en juillet 2011. Les résultats de l'entreprise ainsi vendue ont été reclassés dans les activités abandonnées. Par conséquent, les résultats d'exploitation pour le trimestre et l'exercice se terminant le 31 décembre 2011 excluent les résultats de l'entreprise vendue; les résultats et les flux de trésorerie pour la période précédente ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

Pour l'exercice se terminant le 31 décembre 2011, l'entreprise enregistre une perte nette de 2,83 G\$ ainsi qu'une perte nette liée aux activités poursuivies de 2,71 G\$ par suite d'une charge pour dépréciation du goodwill de 2,9 G\$, déclarée au troisième trimestre. Cette charge est sans effet sur la trésorerie et n'a pas d'incidence sur les activités de l'entreprise, les liquidités, les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation, les ententes de crédit conclues avec les banques et les contrats obligataires. Le bénéfice net lié aux activités poursuivies avant la charge de dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles s'établit à 172,6 M\$ comparativement à 231,8 M\$ en 2010, en raison d'une dépréciation de la participation dans une entreprise associée et d'une baisse du bénéfice opérationnel.

Le bénéfice net par action lié aux activités poursuivies avant la charge pour dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles pour 2011 s'établit à 0,29 \$, comparativement à 0,42 \$ en 2010. Le bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies pour l'année est de 0,53 \$, contre 0,84 \$ l'an dernier, en raison d'un BAIIA moindre et d'impôts sur le résultat payés plus élevés.

Les produits ont reculé de 5,2 %, passant de 1,40 G\$ à 1,33 G\$, en raison de produits d'exploitation dans le secteur des médias imprimés et dans les activités aux États-Unis. Ce résultat a été en partie contrebalancé par les produits internes plus élevés tirés des activités en ligne et par les produits générés par Canpages et Mediative. Les produits tirés des activités en ligne en 2011 se chiffrent à 346,1 M\$, en progression de 30 % par rapport à l'exercice précédent.

Le bénéfice d'exploitation avant la charge pour dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles s'établit à 484,9 M\$ en 2011, comparativement à 514,9 M\$ en 2010. Le BAIIA pour l'exercice a reculé de 757,1 M\$ à 679,7 M\$ et la marge sur BAIIA pour 2011 se chiffre à 51,1 %, contre 54,0 % pour l'exercice précédent. Cette baisse est surtout attribuable à la pression sur les produits tirés des médias imprimés, aux marges moindres associées à Canpages, aux investissements dans la division numérique nationale Mediative et aux activités liées à la transformation de la Société.

« Malgré les défis inhérents à notre transformation numérique, nous sommes confiants d'offrir d'excellents outils de recherche locale aux Canadiens », affirme Marc P. Tellier, président et chef de la direction de Groupe Pages Jaunes. Notre priorité pour 2012 est d'exécuter la stratégie commerciale de notre Solution 360° et de répondre aux besoins des PME canadiennes en leur fournissant les produits et services dont elles ont besoin pour gérer et développer leurs affaires. »

### **Résultats du quatrième trimestre**

Pour le quatrième trimestre se terminant le 31 décembre 2011, Yellow Média déclare un bénéfice lié aux activités poursuivies de 48,2 M\$, comparativement à une perte de 7,2 M\$ pour le trimestre correspondant de 2010. Le bénéfice opérationnel se chiffre à 109,7 M\$, contre 73,8 M\$ pour le trimestre correspondant de 2010.

Les produits au quatrième trimestre se chiffrent à 313,3 M\$, contre 345,4 M\$ au dernier trimestre de 2010, surtout en raison d'une baisse des produits tirés des médias imprimés ainsi que des activités aux États-Unis. Les produits tirés des activités en ligne se chiffrent à 90,0 M\$, soit 360 M\$ sur une base annuelle. Les produits tirés des activités en ligne représentent maintenant environ 29 % des produits totaux, comparativement à 21 % en 2010.

Le BAIIA pour le quatrième trimestre a reculé de 161,3 M\$ à 147,2 M\$ tandis que la marge sur BAIIA s'établit à environ 47,0 % pour le quatrième trimestre de 2011 et de 2010. Le BAIIA pour le trimestre s'est senti de la pression sur les produits d'exploitation dans le secteur des médias imprimés, des investissements dans la division numérique nationale Mediative et des investissements dans la transformation de l'entreprise.

### **Progrès soutenus de la Solution 360° Pages Jaunes**

La Solution 360° Pages Jaunes marque une étape importante dans la transformation numérique de l'entreprise. Elle permet aux clients d'accéder à une visibilité sans précédent avec des produits en ligne, mobiles et imprimés, et leur offre divers services comme la gestion de sites Web, le marketing par moteur de recherche et l'optimisation pour les moteurs de recherche, le tout auprès d'un guichet unique.

Dans le contexte des changements d'habitudes de recherche locale des consommateurs, l'évolution de ses produits et de ses services permet à Yellow Média de maximiser les occasions d'affaires pour ses annonceurs, optimisant ainsi le retour sur leur investissement. Cette transformation de l'entreprise accroît la pertinence de la gamme de produits de Yellow Média et renforce le potentiel de croissance de l'entreprise.

Parallèlement au lancement de la Solution 360° Pages Jaunes, l'entreprise a inauguré un site Web interentreprises qui met en valeur ses produits et services et aide les entreprises canadiennes à combler leurs besoins en marketing. Ce site a reçu le prix du meilleur site Web interentreprises pour une grande entreprise au concours Boomerang.

En 2011, Groupe Pages Jaunes (« GPJ ») a aussi inauguré Yellow Pages Analytics<sup>MC</sup>, une plateforme de rapports détaillés qui donne aux annonceurs un meilleur retour d'information sur les résultats réels de leur campagne GPJ.

L'accès mobile continue d'être un élément central de la Solution 360° Pages Jaunes. L'achalandage des applications mobiles de GPJ ayant atteint un niveau critique au milieu de 2011, l'entreprise a lancé ses deux premiers produits mobiles : les filtres de marque, qui permettent aux entreprises nationales de présenter leur marque dans les catégories de recherche fréquentes pertinentes, et le positionnement commandité, qui permet aux entreprises de se placer en tête de liste des résultats de recherche mobile obtenus par les utilisateurs.

### **Amélioration de la convivialité**

Le réseau de sites de GPJ rejoint maintenant environ 9 millions de visiteurs uniques non dupliqués, soit 38 % des internautes canadiens. Au cours de 2011, GPJ a continué d'améliorer la convivialité de ses sites Web pour les utilisateurs en ligne, afin d'augmenter leur notoriété et d'offrir ainsi aux annonceurs canadiens une valeur ajoutée supplémentaire, laquelle se traduira par une croissance accrue pour GPJ.

En 2011, l'entreprise a procédé à la refonte de PagesJaunes.ca et continué d'améliorer la performance de son site vedette. Les nouvelles fonctionnalités comprennent un meilleur outil cartographique associé aux recherches locales ainsi qu'une rubrique sur les offres spéciales, qui aide les utilisateurs à prendre des décisions d'achat locales mieux informées. Canada411.ca a aussi bénéficié d'une refonte et d'autres améliorations, notamment des résultats fusionnés avec les principaux réseaux sociaux Facebook®, Twitter® et LinkedIn®.

GPJ a fait d'importants investissements tout au long de 2011 pour renforcer son offre mobile. L'application mobile Pages Jaunes a été dotée de fonctionnalités qui fournissent un contenu plus pertinent pour aider les consommateurs à prendre de meilleures décisions d'achat. En outre, l'entreprise a lancé ShopWise<sup>MC</sup>, une nouvelle application pour iPhone qui interroge les plus grosses bases de données au pays afin de signaler aux consommateurs canadiens les offres spéciales les plus proches et les plus avantageuses.

Les applications mobiles de GPJ ont été téléchargées 3,7 millions de fois. L'application pour iPhone de l'entreprise continue de faire bonne figure parmi les outils de productivité, et a été sélectionnée pour la deuxième année d'affilée parmi les 100 meilleures applications Apple.

## **Mediative**

Lancée il y a un an, la division Mediative est l'une des plus importantes entreprises intégrées de publicité et de marketing numérique en Amérique du Nord. Mediative a une riche expérience dans le développement de solutions originales et innovantes pour les entreprises nationales. Au cours de l'année, elle a été désignée par TopSEO comme la meilleure entreprise au Canada dans deux catégories de solutions de performance. Autorité indépendante de l'industrie du marketing de recherche, TopSEO évalue et classe les meilleurs fournisseurs dans la communauté du marketing Internet. Mediative répond maintenant aux besoins en marketing de certaines des plus grandes marques en Amérique du Nord comme WalMart, Future Shop et Disney. Elle constitue aussi l'un des plus grands réseaux d'annonces commerciales au Canada, gérant le stock d'annonces d'environ 500 sites Web comme Best Buy, Martha Stewart et Toys 'R Us. Le réseau publicitaire de Mediative rejoint plus de 15 millions de visiteurs uniques par mois.

## **Structure de capital**

Le 28 juillet 2011, Yellow Média a conclu la vente de Société Trader pour la somme de 702 M\$ puis, le 14 novembre 2011, a vendu LesPAC pour 71 M\$. Le produit de ces ventes a servi à réduire la dette et à investir dans la transformation en cours de GPJ.

Au cours de l'exercice 2011, Yellow Média a réduit sa dette totale d'environ 800 M\$. Au 31 décembre 2011, la dette nette de l'entreprise se chiffrait à environ 1,5 G\$, ou 2,1 G\$ en comptant les actions privilégiées de séries 1 et 2 et les instruments convertibles. Le ratio de la dette nette sur le BAIIA des 12 derniers mois s'établissait à 2,5 au 31 décembre 2011, comparativement à 2,6 au 31 décembre 2010.

La Société a entrepris l'examen des options de refinancement des échéances de 2012 et par la suite. La vaste gamme d'options étudiées pourra inclure l'émission de titres d'emprunt, de capitaux propres et autres, garantis ou non, et d'autres transactions. Pour le moment, le conseil d'administration a décidé de suspendre le versement de dividendes sur les différentes séries d'actions privilégiées en circulation.

Dans le cadre de cet examen, le conseil d'administration de Yellow Média inc. a mis sur pied un comité formé d'administrateurs indépendants qui agira à titre de comité de financement du conseil (le « comité de financement »). Ce dernier supervisera le processus dans le but d'arriver à la conclusion de transactions pendant l'exercice en cours.

Le comité sur le financement est composé des administrateurs suivants : Anthony G. Miller, Michael T. Boychuk, John R. Gaulding et Bruce K. Robertson. M. Robertson siègera comme président de ce comité.

L'entreprise a aussi annoncé ce matin trois nouvelles nominations à son conseil d'administration. David Leith, Bruce Robertson et Craig Forman apporteront une connaissance très étendue de la finance d'entreprise ainsi que du développement et de la stratégie d'entreprise dans les secteurs des technologies, des médias et des communications.

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

Yellow Média inc. tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes et médias à 13 h (heure de l'Est) le 9 février 2012 pour commenter les résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2011. On peut assister à la conférence en composant le (416) 340-8061 dans la région de Toronto ou le 1 866 225-0198 de l'extérieur. La conférence sera aussi disponible par webdiffusion à partir du site Web de Groupe Pages Jaunes à :

<http://www.ypg.com/fr/investisseurs/rapports-financiers/2011/rapports-trimestriels/quatrieme-trimestre>

La conférence téléphonique sera archivée dans la section Investisseurs du site Web de GPJ à l'adresse [www.ypg.com](http://www.ypg.com). La conférence sera également disponible en différé du 9 au 17 février 2012, en composant le (905) 694-9451 dans la région de Toronto, ou le 1 800 408-3053 de l'extérieur. Le code d'accès est **8342607**.

### **Yellow Média inc.**

Yellow Média inc. (TSX : YLO) est l'entreprise internet numéro un au Canada. Elle possède et gère les plateformes et les publications parmi les plus populaires au Canada, notamment les annuaires Pages Jaunes<sup>MC</sup>, PagesJaunes.ca<sup>MC</sup>, Canada411.ca et RedFlagDeals.com<sup>MC</sup>. Ses destinations en ligne rejoignent environ 9 millions de visiteurs uniques chaque mois et ses applications mobiles pour la recherche d'entreprises locales et de promotions ont été téléchargées 3,7 millions de fois. Yellow Média inc. est également un chef de file dans l'offre de solutions numériques nationales par l'entremise de Mediative, sa division de médias numériques et de solutions marketing pour les agences et annonceurs nationaux. Pour plus de renseignements, [www.ypg.com](http://www.ypg.com).

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

*Le présent communiqué contient des énoncés prospectifs au sujet des objectifs, des stratégies, des conditions financières, des résultats et des activités de la Société. Ces déclarations sont prospectives puisqu'elles sont basées sur nos attentes actuelles, en date du 9 février 2012, au sujet de nos activités et des marchés dans lesquels nous les exerçons, ainsi que sur diverses 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 rubrique 6 de notre rapport de gestion en date du 9 février 2012. Nous n'avons aucune intention, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, de mettre à jour des déclarations prospectives même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.*

- 30-

### **Contacts :**

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

Anne-Sophie Roy  
Trésorière  
Tél. : (514) 934-2828  
[anne-sophie.roy@ypg.com](mailto:anne-sophie.roy@ypg.com)

#### **Relations médias**

Hind Ounis  
Directrice, Communications  
Tél. : (514) 934-2097  
[hind.ounis@ypg.com](mailto:hind.ounis@ypg.com)

## Faits saillants financiers

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

Yellow Média inc.	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010	2011	2010
Produits	313 315 \$	345 378 \$	1 328 866 \$	1 401 129 \$
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	109 731 \$	73 771 \$	(2 415 084) \$	514 877 \$
Bénéfice net (perte nette) lié(e) aux activités poursuivies	48 222 \$	(7 151) \$	(2 708 122) \$	231 786 \$
Bénéfice (perte) de base par action lié aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	0,08 \$	(0,03) \$	(5,33) \$	0,42 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	92 964 \$	153 615 \$	336 573 \$	569 607 \$
BAIIA <sup>1</sup>	147 198 \$	161 335 \$	679 707 \$	757 108 \$
Marge sur BAIIA <sup>1</sup>	47,0%	46,7%	51,1%	54,0%
Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies <sup>1</sup>	72 677 \$	82 267 \$	271 977 \$	421 180 \$
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	512 283 668	502 452 392	511 765 665	503 111 679
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies	0,14 \$	0,16 \$	0,53 \$	0,84 \$
Dividendes sur actions ordinaires	-	100 631 \$	207 345 \$	402 719 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	-	0,20 \$	0,40 \$	0,80 \$
Ratio de distribution	-	125%	75%	95%

Note : L'information financière présentée ci-dessus a été préparée à partir des IFRS. Les montants présentés dans ce communiqué de presse pour le trimestre et l'exercice terminé le 31 décembre 2010 ont été retraités pour refléter l'adoption des IFRS, avec prise d'effet le 1<sup>er</sup> janvier 2010. La note 31 des états financiers consolidés 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 le trimestre et l'exercice clos le 31 décembre 2010.

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

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAIIA, défini comme le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales. Ce terme n'a pas de signification standardisée au sens des IFRS et pourrait ne pas être comparable à des mesures semblables utilisées par d'autres émetteurs. La Société utilise également le terme bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies, défini comme (la perte nette) le bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires excluant l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires, les charges financières hors trésorerie, l'impôt sur le résultat hors trésorerie et les éléments non-récurrents, comme les frais connexes à l'acquisition, les frais de restructuration et les charges spéciales, la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, la dépréciation de la participation dans une entreprise associée et le profit à la cession d'une filiale, où tous les ajustements, à l'exception de l'impôt sur le résultat hors trésorerie, de la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles et de la dépréciation de la participation dans une entreprise associée tiennent compte de l'incidence de l'impôt sur le résultat calculée selon le taux d'imposition prévu par la loi. La direction juge que ces mesures sont représentatives des activités actuelles. La direction est d'avis que le BAIIA et le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies constituent des mesures importantes qui permettent à la direction d'évaluer le rendement des activités en cours. Le tableau qui suit présente le rapprochement entre le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies et les mesures financières IFRS les plus comparables.

### Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies

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

	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010	2011	2010
Bénéfice net (perte nette) lié(e) aux activités poursuivies	48 222 \$	(7 151) \$	(2 708 122) \$	231 786 \$
Attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	49	151	490	164
Dividendes versés aux détenteurs d'actions privilégiées	(5 584)	(5 577)	(22 539)	(22 834)
Bénéfice net (perte nette) lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	42 687 \$	(12 577) \$	(2 730 171) \$	209 116 \$
Amortissement des immobilisations incorporelles <sup>1,3</sup>	14 421	68 802	116 707	133 696
Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles <sup>4</sup>	-	-	2 880 677	-
Frais connexes à l'acquisition <sup>2,3</sup>	151	3 551	5 582	21 433
Frais de restructuration et charges spéciales <sup>3</sup>	10 277	4 366	18 848	22 005
Charges financières <sup>3</sup>	25 699	32 293	94 150	104 054
Intérêts versés	(21 001)	(27 682)	(141 555)	(137 871)
Profit à la cession d'une filiale <sup>3</sup>	(4 478)	-	(4 478)	-
Dépréciation de la participation dans une entreprise associée (déduction faite de l'impôt sur le résultat de 0,2 M\$)	13 879	-	50 271	-
Impôt sur le résultat hors trésorerie	(8 958)	13 514	(18 054)	68 747
<b>Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies</b>	<b>72 677 \$</b>	<b>82 267 \$</b>	<b>271 977 \$</b>	<b>421 180 \$</b>
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	512 283 668	502 452 392	511 765 665	503 111 679
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies <sup>3</sup>	0,14 \$	0,16 \$	0,53 \$	0,84 \$
Dividendes sur actions ordinaires	-	100 631 \$	207 345 \$	402 719 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	-	0,20 \$	0,40 \$	0,80 \$
Ratio de distribution	-	125 %	75 %	95 %

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

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

<sup>3</sup>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).

<sup>4</sup>Déduction faite de l'impôt sur le résultat de 19,3 M\$.