



QUEBECOR INC.

Notice annuelle

Exercice clos le 31 décembre 2000

Le 18 mai 2001

TABLE DES MATIÈRES

Page

RUBRIQUE 1 PAGE FRONTISPICE

RUBRIQUE 2	STRUCTURE DE L'ENTREPRISE	5
2.1	Dénomination sociale et constitution de Quebecor inc.....	5
2.2	Filiales.....	5

RUBRIQUE 3	DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ	8
3.1	Secteur Imprimerie	9
3.2	Secteur Journaux.....	10
3.3	Secteur Loisir et divertissement.....	11
3.4	Secteur Télédiffusion.....	12
3.5	Secteur Intégration Web-Technologie	13
3.6	Secteur Internet-Portails	14
3.7	Retrait du Secteur Produits Forestiers.....	15
3.8	Acquisition de Groupe Vidéotron par Quebecor Média	16

RUBRIQUE 4	DESCRIPTION NARRATIVE DE L'ACTIVITÉ.....	17
4.1	Secteur Imprimerie	17
4.2	Secteur Journaux.....	18
4.2.1	Édition.....	18
4.2.1.1	Quotidiens urbains	18
4.2.1.2	Journaux régionaux.....	20
4.2.2	Imprimerie commerciale.....	22
4.3	Secteur Loisir et divertissement.....	23
4.3.1	Édition de livres et de magazines.....	23
4.3.1.1	Magazines	23
4.3.1.2	Livres	24
4.3.2	Distribution	25
4.3.2.1	Musique	25
4.3.2.2	Livres	26
4.3.2.3	Vidéocassettes	26
4.3.2.4	Multimédia	27
4.4	Secteur Télédiffusion.....	27
4.5	Acquisition stratégique de Groupe Vidéotron	28
4.6	Secteur Intégration Web-Technologie	30
4.7	Secteur Internet-Portails.....	30
4.8	Retrait du Secteur Produits Forestiers.....	32
4.9	Approvisionnement en papier.....	32
4.10	Ressources humaines	33
4.11	Réglementation environnementale.....	33

RUBRIQUE 5	PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES.....	34
5.1	Informations financières pour les trois derniers exercices.....	34
5.2	Informations trimestrielles	34
5.3	Dividendes	35

RUBRIQUE 6	ANALYSE PAR LA DIRECTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION	36
------------	--	----

RUBRIQUE 7	MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES.....	37
RUBRIQUE 8	ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS.....	38
8.1	Administrateurs.....	38
8.2	Membres de la haute direction.....	39
RUBRIQUE 9	RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES.....	41
ANNEXE A	PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE QUEBECOR WORLD INC.	A-1
ANNEXE B	PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC.	B-1
ANNEXE C	PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE NURUN INC.	C-1
ANNEXE D	PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE SOLUTIONS MINDREADY INC.	D-1
ANNEXE E	PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE NETGRAPHE INC.....	E-1
ANNEXE F	PARTIES DU RAPPORT ANNUEL 2000 DE QUEBECOR INC.	F-1

DOCUMENTS INTÉGRÉS PAR RENVOI

<u>Documents</u>	<u>Rubriques de la notice annuelle où les documents sont intégrés par renvoi</u>
Parties de la notice annuelle de Quebecor World Inc. datée du 16 mai 2001;	Rubriques 4.1 et 5.3
Parties de la notice annuelle de Groupe TVA Inc. datée du 12 décembre 2000;	Rubriques 4.5 et 5.3
Parties de la notice annuelle de nurun inc. datée du 17 mai 2001;	Rubriques 4.6 et 5.3
Parties de la notice annuelle de Solutions Mindready Inc. datée du 14 mai 2001;	Rubriques 4.6 et 5.3
Parties de la notice annuelle de Netgraphe Inc. datée du 31 mai 2000;	Rubriques 4.7 et 5.3
Parties du Rapport annuel 2000 de Quebecor inc.	Rubrique 6

Note : Tous les montants en dollars apparaissant dans la présente notice annuelle sont en dollars canadiens, sauf si une autre devise est indiquée.

RUBRIQUE 2 STRUCTURE DE L'ENTREPRISE

2.1 Dénomination sociale et constitution de Quebecor inc.

Quebecor inc. (« Quebecor » ou la « Compagnie »)⁽¹⁾ a été constituée en vertu de la Partie I de la *Loi sur les compagnies* (Québec) par lettres patentes en date du 8 janvier 1965 et a été continuée sous l'autorité de la Partie IA de la *Loi sur les compagnies* (Québec) par certificat de continuation daté du 6 juin 1983. Son capital-actions autorisé a été modifié par certificat de modification en date du 4 septembre 1986 par la redésignation des actions ordinaires en actions catégorie A (droits de vote multiples) (« actions catégorie A ») comportant dix votes par action et la création d'actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) (« actions catégorie B ») donnant droit à un vote par action.

Les statuts de la Compagnie prévoient que si, en tout temps, le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable »⁽²⁾ n'est pas propriétaire, directement ou indirectement, d'un nombre d'actions catégorie A égal à au moins 40 % de toutes les actions catégorie A en circulation ou n'est pas propriétaire, tel que susdit, d'au moins 8 000 000 d'actions catégorie A (ce nombre ayant été ajusté à la hausse pour tenir compte d'une subdivision d'actions), alors les actions catégorie A comporteront à tout jamais un vote par action et tous les administrateurs de la Compagnie seront élus par les porteurs des actions catégorie A et des actions catégorie B votant ensemble comme si ces actions ne constituaient qu'une seule catégorie d'actions.

Les statuts de la Compagnie prévoient que si une offre publique d'achat visant les actions catégorie A est faite aux porteurs d'actions catégorie A sans être faite en même temps et aux mêmes conditions aux porteurs d'actions catégorie B, chaque action catégorie B deviendra, à compter de la date à laquelle cette offre est faite, convertible en une action catégorie A, au gré de son porteur afin seulement de lui permettre d'accepter l'offre. Toutefois, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable »⁽²⁾ détient alors un nombre d'actions de la Compagnie, de quelque catégorie que ce soit, suffisant pour lui permettre d'exercer plus de 50 % des droits de vote afférents à toutes les actions de la Compagnie comportant alors droit de vote et qu'il n'accepte pas l'offre avant son expiration. De plus, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si l'offre est retirée par son initiateur.

Les statuts de la Compagnie comportent une définition d'une offre donnant naissance au droit de conversion, prévoient certaines procédures à suivre pour effectuer la conversion et stipulent que, lors d'une telle offre, la Compagnie, ou l'agent de transfert des actions catégorie B, communiquera par écrit aux porteurs d'actions catégorie B tous les détails sur la façon d'exercer le droit de conversion.

Le siège social de la Compagnie est situé au 612, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec) H3C 4M8, le numéro de téléphone est le (514) 877-9777 et le numéro de télécopieur est le (514) 877-9757. L'adresse du site Web de la Compagnie est www.quebecor.com.

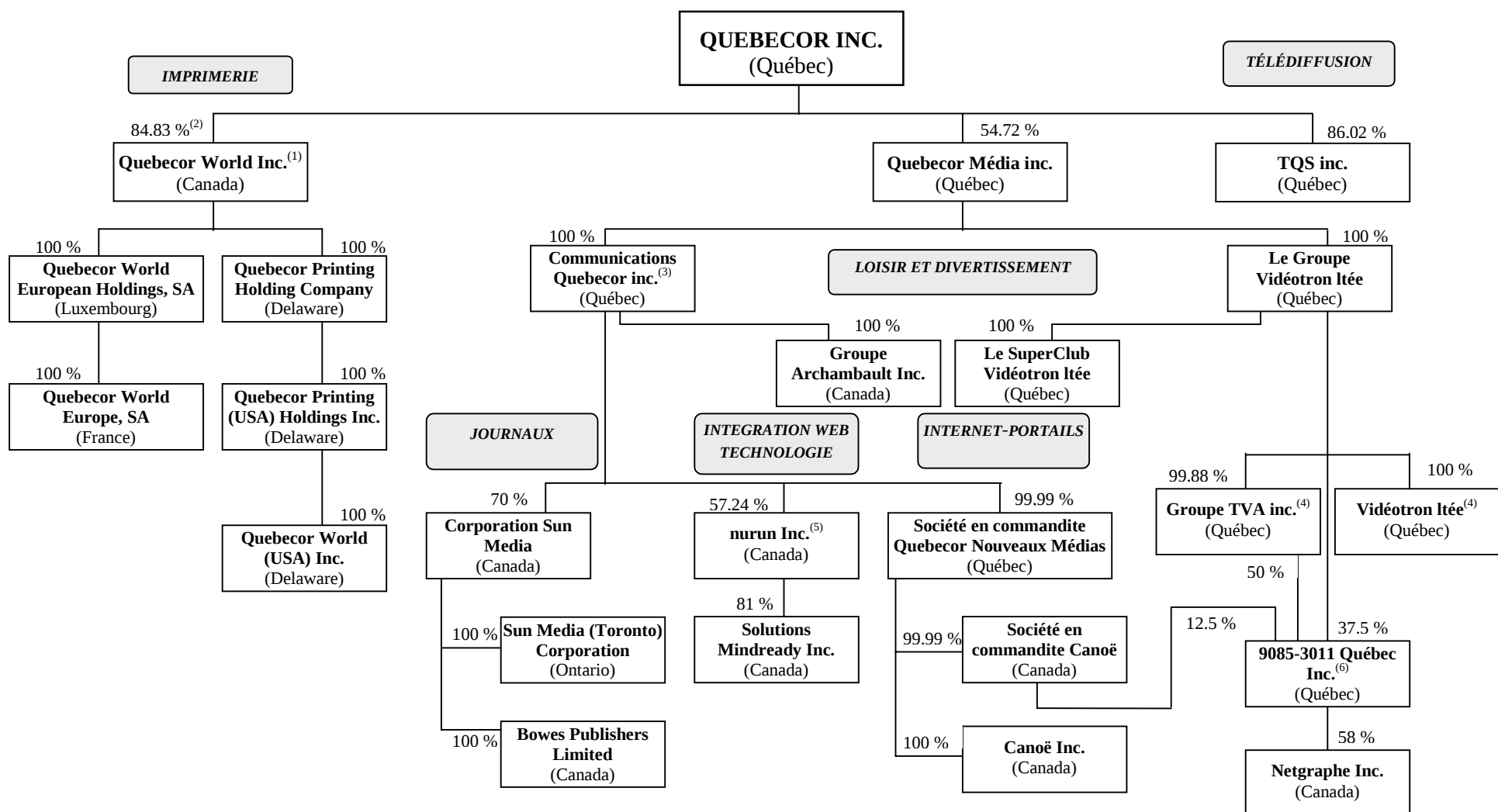
2.2 Filiales

La Compagnie avait plus de 410 filiales, directes ou indirectes, au 31 décembre 2000. L'organigramme ci-après présente les principales filiales de la Compagnie à cette date, par secteur d'activité, leur lieu de constitution ou de prorogation, ainsi que le pourcentage des droits de vote détenus, directement ou indirectement, par la Compagnie. La Compagnie ne détient ni n'exerce aucune emprise sur des titres sans droit de vote de ses principales filiales. Certaines filiales, dont l'actif total ne représentait pas plus de 10 % de

⁽¹⁾ Dans la présente notice annuelle, à moins que le contexte ne dicte le contraire, la « Compagnie » renvoie à Quebecor inc. et « Quebecor » renvoie à la Compagnie, ses filiales et leurs divisions.

⁽²⁾ Le tout, tel que défini aux statuts de la Compagnie.

l'actif consolidé de la Compagnie au 31 décembre 2000 ou dont le chiffre d'affaires et les produits d'exploitation ne représentaient pas plus de 10 % du chiffre d'affaires consolidé et des produits d'exploitation consolidés de la Compagnie à cette date, ont été omises. L'ensemble des filiales omises représentaient moins de 20 % de l'actif consolidé de la Compagnie et moins de 20 % du chiffre d'affaires consolidé et des produits d'exploitation consolidés de la Compagnie au 31 décembre 2000.



(1) Avant le 25 avril 2000, Imprimeries Quebecor inc.

(2) En février 2001, Quebecor a procédé à la clôture d'un placement secondaire d'actions subalternes comportant droit de vote de Quebecor World Inc. et à un placement privé de débentures échangeables, lesquelles débentures peuvent être échangées contre des actions subalternes comportant droit de vote de Quebecor World Inc. détenues par Quebecor. Compte tenu de ces opérations et en supposant l'échange de toutes les débentures échangeables, Quebecor détiendrait 78,20 % des droits de vote de Quebecor World Inc.

(3) Avant le 26 avril 1996, Groupe Quebecor inc.

(4) L'acquisition ultime du contrôle des filiales de télédistribution et de télédiffusion de Le Groupe Vidéotron ltée est sujette à l'approbation du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « CRTC ») et ces filiales demeurent sous le contrôle de fiduciaires jusqu'à l'obtention de cette approbation.

(5) Avant le 13 avril 2000, Groupe Informission Inc.

(6) Avant le 13 décembre 1999, InfiniT inc.

RUBRIQUE 3 DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ

La Compagnie est une société de portefeuille dont les activités s'exercent autour de deux grands pôles : le pôle industriel, avec les activités d'imprimerie commerciale de Quebecor World Inc. (« Quebecor World ») et le pôle média avec Quebecor Média inc. (« Quebecor Média »), filiale créée en 2000 dans le cadre de la transaction d'acquisition de Le Groupe Vidéotron ltée (« Groupe Vidéotron »).

Cette nouvelle structure des activités de la Compagnie est le résultat de transactions majeures conclues au cours du dernier exercice.

Dans un premier temps, en avril 2000, la Compagnie a cédé sa position de contrôle de Donohue Inc. (« Donohue ») en échange d'une somme en espèces et d'une participation d'environ 11 % dans Abitibi-Consolidated Inc. (« Abitibi-Consolidated »). Cette transaction est plus amplement décrite à l'item 3.7 ci-dessous.

Par la suite, en octobre 2000, la Compagnie a transféré à Quebecor Média les actions de sa filiale en propriété exclusive Communications Quebecor inc. (« Communications Quebecor »). Ce transfert a été effectué après que les actions de TQS inc. (secteur Télédiffusion) aient été distribués à la Compagnie. Les actifs de Communications Quebecor ainsi transférés comprenaient : la participation de 70 % dans Corporation Sun Media (secteur Journaux), la participation d'environ 57 % dans nurun inc. (secteur Intégration Web-Technologie), tous les actifs du secteur Internet-Portails ainsi que tous les actifs du secteur Livres, Magazines et Musique, maintenant devenu le secteur Loisir et divertissement.

Enfin, le 23 octobre 2000, Quebecor Média complétait l'acquisition stratégique de Groupe Vidéotron, laquelle est plus amplement décrite à l'item 3.8 ci-dessous. Les principaux actifs de Groupe Vidéotron incluent ceux de Vidéotron ltée (secteur Câblodistribution), de Groupe TVA inc. (secteur Télédiffusion), ces deux secteurs d'activité étant toutefois sujets à l'approbation des organismes de réglementation, de Netgraphe inc. (secteur Internet-Portails) et Le SuperClub Vidéotron ltée (une chaîne de magasins de vidéo loisir).

Suite à ces transactions, la Compagnie, par l'entremise de participations directes et indirectes dans plusieurs entreprises, exerce aujourd'hui ses activités dans les six secteurs suivants : 1) Imprimerie, 2) Journaux, 3) Loisir et divertissement, 4) Télédiffusion, 5) Intégration Web-Technologie et 6) Internet-Portails.

De plus, Quebecor détient, directement ou indirectement, des positions de contrôle dans cinq sociétés ouvertes : Quebecor World, nurun inc. (« nurun »), Groupe TVA Inc.⁽¹⁾ (« Groupe TVA »), Netgraphe Inc. (« Netgraphe ») et Solutions Mindready Inc. (« Solutions Mindready »). Quebecor possède également une position majoritaire dans Quebecor Média et dans TQS inc. (« TQS »). Quebecor Média, quant à elle, possède une participation majoritaire dans Corporation Sun Media (« Sun Media »), et elle est l'unique actionnaire de Vidéotron ltée⁽¹⁾ (« Vidéotron »), de Quebecor Nouveaux Médias Inc. (« Quebecor Nouveaux Médias ») et de Communications Quebecor.

Au cours des trois dernières années, le développement général des activités de chacun des secteurs exploités par la Compagnie s'est surtout réalisé via l'acquisition d'entreprises déjà actives dans leur domaine respectif.

⁽¹⁾ L'acquisition ultime du contrôle de ces entités est toutefois sujette à l'approbation du CRTC et ces entités demeurent sous le contrôle de fiduciaires jusqu'à l'obtention de cette approbation.

3.1 Secteur Imprimerie

Quebecor World, société d'imprimerie commerciale diversifiée à l'échelle mondiale, est l'imprimeur commercial le plus important du monde. Ses revenus ont été de 6,5 milliards \$US en 2000. Quebecor World offre à sa clientèle des ressources à la fine pointe de la technologie en matière d'impression offset et héliogravure, sur presses rotatives et à feuilles, dans des segments de produits comme les magazines, les encarts publicitaires, les catalogues, les imprimés spéciaux et le publipostage, les livres, les services prémédias, logistiques et autres services à valeur ajoutée, ainsi que les annuaires. Quebecor World est un chef de file dans la plupart de ses principaux segments de produits. Quebecor World estime que la diversité de sa clientèle, de sa couverture géographique et de ses produits réduit sa dépendance vis-à-vis d'un marché ou d'une gamme de produits uniques. La stratégie de croissance de Quebecor World porte sur l'élargissement de sa couverture géographique par le biais d'acquisitions stratégiques et de croissance interne.

Quebecor World dessert ses marchés et offre ses produits par l'intermédiaire d'un réseau de plus de 160 imprimeries et ateliers spécialisés à même de servir économiquement la quasi-totalité des principaux marchés des pays suivants : États-Unis, Canada, France, Royaume-Uni, Espagne, Suisse, Suède, Finlande, Autriche, Brésil, Chili, Argentine, Pérou, Colombie, Mexique et Inde.

Dans une industrie très fragmentée où abondent les occasions de regroupement, Quebecor World a crû jusqu'ici, et elle continuera de croître, principalement par le biais d'acquisitions.

Depuis sa création en 1988, Quebecor World a réalisé plus de 60 acquisitions évaluées à 5,4 milliards \$US, dont 13 à un prix d'acquisition supérieur à 50 millions \$US. Le tableau suivant indique les acquisitions les plus importantes de Quebecor World depuis 1988.

Année	Acquisition	Pays	Contrepartie * (en millions de dollars)
1988	BCE PubliTech Inc.	Canada	191,0 \$ US
1990	Graphics Holding Enterprises, Inc.	États-Unis	532,1 \$ US
1994	Arcata Corporation (Groupe Livres)	États-Unis	180,9 \$ US
1995	Financière Jean Didier	France	336,7 \$ US
1997	AmerSig Graphics Inc.	États-Unis	116,0 \$ US
1997	Division Franklin de la Brown Printing Company	États-Unis	125,0 \$ US
1998	TINA	Suède et Finlande	271,8 \$ US
1999	World Color Press, Inc.	États-Unis	2 723,7 \$ US

* y compris la prise en charge de la dette à long terme

En 1988, Quebecor World est devenue l'imprimeur commercial le plus important du Canada grâce à l'acquisition de BCE PubliTech Inc.

L'expansion aux États-Unis s'est accélérée de façon très marquée en 1990 avec l'acquisition de la totalité des actions de Graphics Holding Enterprises, Inc. Cette acquisition a apporté à Quebecor World une importante technologie de presses héliogravure et en a fait un intervenant important aux États-Unis. Elle a également permis d'accroître considérablement la présence de Quebecor World dans les marchés à fort volume du magazine et des encarts publicitaires. Quebecor World a renforcé sa présence sur le marché américain par la suite avec l'acquisition, en 1993 et en 1994, de certains éléments d'actif d'Arcata Corporation.

En 1995, Quebecor World a acquis la totalité des actions de Financière Jean Didier (qui est devenue Groupe Didier Quebecor), la plus grande entreprise d'impression de France et l'une des premières en Europe.

En 1997, Quebecor World a raffermi sa position sur le marché américain par l'acquisition des éléments d'actif d'AmerSig Graphics Inc. et de ceux de la division Franklin de la Brown Printing Company.

En 1998, Quebecor World a pénétré le marché des pays nordiques avec l'acquisition de la première imprimerie en importance Tryckinvest i Norden AB (« TINA »), maintenant connue sous le nom de Quebecor World Norden AB. L'entreprise est le chef de file des imprimeurs de magazines et de catalogues et l'héliographe le plus important avec 57 % du marché des pays nordiques.

En 1999, une filiale de Quebecor World a fusionné avec World Color Press, Inc., le deuxième imprimeur commercial des États-Unis établi à Greenwich, au Connecticut, qui exploitait 58 ateliers aux États-Unis et comptait environ 16 000 employés. Grâce à cette fusion, Quebecor World est devenue l'imprimeur commercial le plus important du monde.

En 2000, Quebecor World a commencé la construction de sa première usine au Brésil, le plus grand pays de l'Amérique latine, qui compte plus de 164 millions d'habitants. La décision de construire un établissement entièrement nouveau a été prise conjointement avec Editora Abril, S.A., important éditeur de magazines d'Amérique du Sud, dont *VEJA*, magazine d'information hebdomadaire venant au quatrième rang en importance dans le monde. Aux termes d'un contrat d'une durée de dix ans évalué à 170 millions \$ US, Quebecor World imprimera 18 magazines par année pour Abril, soit 83 millions d'exemplaires. L'usine a été agrandie afin de répondre aux besoins d'un deuxième client clé, Listel Listas Telefonicas S.A., le plus gros éditeur d'annuaires et celui qui connaît la croissance la plus rapide du Brésil, appartenant à BellSouth Corporation. Le contrat de dix ans conclu avec Listel vaut 142 millions \$ US, et Quebecor World imprimera 11,8 milliards de pages d'annuaires par année, soit plus de la moitié de toutes les pages d'annuaires qu'elle imprime annuellement au Canada.

Afin de se concentrer sur l'intégration des activités, du point de vue nord-américain et du point de vue international, et sur la maximisation des flux de trésorerie libres, Quebecor World n'a fait aucune acquisition ou aliénation d'entreprise importante depuis l'acquisition de World Color Press, Inc. en août 1999. Quebecor World prévoit revenir à sa stratégie de croissance externe au cours de l'exercice 2001. Bien qu'elle n'ait pris aucun engagement à la date des présentes, Quebecor World a entrepris des discussions, qui sont plus ou moins avancées, avec diverses parties relativement à des acquisitions d'entreprises et à des investissements éventuels.

En 2000, Quebecor World a mené à terme le programme d'abandon des activités secondaires qu'elle avait amorcé en 1998. Cette année-là, elle a vendu ses activités liées aux chèques et aux cartes de crédit. En 1999, ce programme s'est poursuivi avec la vente des biens d'exploitation de la division BA Banknote de Quebecor World. Finalement, en 2000, Quebecor World a vendu ses installations nord-américaines de duplication de CD-ROM.

3.2 Secteur Journaux

Corporation Sun Media publie et distribue des journaux quotidiens et hebdomadaires de même que des journaux mensuels et spécialisés à travers le Canada et dans l'État de la Floride, aux États-Unis. Elle est le deuxième plus important éditeur de journaux au Canada en termes de tirage.

Ce réseau de journaux s'est étendu au Manitoba notamment via l'acquisition par Communications Quebecor, en 1995, de Bennett Publishing Company Ltd.

L'acquisition de Sun Media Corporation par voie d'offre publique d'achat, complétée le 8 janvier 1999 par 2944707 Canada Inc., filiale en propriété exclusive indirecte de Communications Quebecor, a eu un impact majeur sur le secteur Journaux. Le 28 février 1999, 2944707 Canada Inc. et Sun Media Corporation ont été fusionnées pour devenir Corporation Sun Media/Sun Media Corporation. À la fin de 1998, tous les journaux publiés par Communications Quebecor, ainsi que les activités de distribution y afférentes, avaient été transférés à 2944707 Canada Inc., de sorte que toutes les activités d'édition et de distribution de journaux sont maintenant regroupées dans Corporation Sun Media. Celle-ci est la seule chaîne nationale canadienne de tabloïds et la deuxième chaîne de journaux en importance au Canada avec 21,3 % du tirage des quotidiens au pays. Communications Quebecor et Corporation Sun Media entendent poursuivre leur développement, au Canada comme à l'étranger, dans les domaines qu'elles occupent déjà.

Le 1^{er} mars 1999, en vertu d'une entente conclue le 20 décembre 1998, Corporation Sun Media a vendu à Torstar Corporation quatre journaux grand format, que Sun Media Corporation avait acquis de Southam Corporation en septembre 1998.

En 1999, Bowes Publishers Limited, une filiale de Corporation Sun Media, s'est portée acquéreur du *Stratford Beacon Herald* en Ontario, le dernier quotidien indépendant de cette province. Elle a aussi acquis des hebdomadaires en Saskatchewan et en Ontario. En 1999, Corporation Sun Media a également vendu le quotidien *The Record* de Sherbrooke au Québec.

En juin 1999, la Compagnie a vendu à trois investisseurs une participation de 30 % dans Corporation Sun Media pour une contrepartie en numéraire totale de 260 millions de dollars qu'elle a utilisée pour rembourser son emprunt bancaire contracté pour contribuer au capital de Corporation Sun Media.

Au cours de la dernière année, Corporation Sun Media a procédé au lancement de deux quotidiens gratuits destinés aux usagers des transports publics de Montréal et de Toronto, le *Montréal Métropolitain* et le *FYI Toronto*.

3.3 Secteur Loisir et divertissement

Ce secteur, qui fait maintenant partie de Quebecor Média, comprend principalement les activités d'édition de livres exploitées par la Compagnie à travers plusieurs entreprises d'édition, les activités de distribution de livres exploitées par le biais de Québec-Livres, une division de Communications Quebecor, les activités d'édition de magazines exploitées par l'entremise de Publicor, une autre division de Communications Quebecor, ainsi que les activités de distribution de disques et de vidéos et de commerce de détail de livres, de magazines, de vidéos et de disques exploitées par Groupe Archambault. Le secteur Loisir et divertissement inclut désormais Le SuperClub Vidéotron ltée (« Le SuperClub ») depuis son acquisition par Quebecor Média le 23 octobre 2000.

Les activités de la Compagnie dans ce secteur sont concentrées dans la province de Québec.

L'acquisition d'une participation majoritaire dans Ed. Archambault inc., le 18 octobre 1995, a augmenté de façon significative l'importance de la distribution de disques et de vidéos et du commerce de détail dans les activités de Communications Quebecor.

Le 17 mars 1997, Communications Quebecor annonçait l'acquisition d'une participation majoritaire dans le journal hebdomadaire alternatif, *Mirror* qui est distribué gratuitement dans la grande région montréalaise. Le 30 juillet 1997, elle annonçait l'acquisition de Éditions Internationales Alain Stanké ltée, qui occupe une place de choix dans le domaine de l'édition du livre. Poursuivant sa diversification de produits dans le domaine de l'édition du livre, Communications Quebecor complétait le 21 août 1997, l'acquisition de Diffulivre Inc. qui diffuse environ 8 000 titres sur le marché canadien. Le 1^{er} mai 1998,

Communications Quebecor se portait acquéreur de deux entreprises: Les Éditions Logiques Inc., qui œuvre dans le domaine du livre et réalise environ 100 titres par année traitant de sujets aussi variés que la culture, la technologie, l'informatique, les loisirs, la spiritualité et les préoccupations de société, et Logidisque Inc., spécialisée dans l'édition et la distribution de logiciels et de produits multimédias.

Jusqu'au début de 1999, ce secteur (alors décrit comme étant le secteur Livres, magazines et musique) comprenait également Joncas Postexperts inc., une entreprise active dans le domaine du publipostage et du marketing direct. Cette société fut cédée à Quebecor World par Communications Quebecor le 27 février 1999. De plus, à la fin de 1998, Communications Quebecor a vendu sa participation de 50 % dans Publistar Inc. à Trustar Limitée, son co-actionnaire. Cette coentreprise publiait le magazine *Le Lundi*.

En 2000, le secteur Loisir et divertissement a poursuivi sa croissance grâce à l'acquisition d'une participation de 50 % dans Les Éditions Libre Expression Ltée, dont Communications Quebecor détenait déjà l'autre portion de 50 %, par l'acquisition de la totalité des participations dans les entreprises Occasions d'Affaires, Camelot-Info Inc. et Librairie Paragraphe Inc., ainsi que par l'acquisition de Le SuperClub, spécialisé dans la location et la vente de vidéocassettes, de DVD et de jeux.

Après l'acquisition par Communications Quebecor, en 2000, d'une participation majoritaire dans DM Diffusion Multimédia Inc., les activités de diffusion et de distribution de produits multimédias ont été regroupées à l'intérieur de DM Diffusion Multimédia Inc., qui est devenu le plus important diffuseur de produits multimédia en langue française du Canada auprès du réseau scolaire et du grand public. Québec-Livres demeure responsable de la diffusion et de la distribution de livres en langue française partout au Canada.

Enfin, des pourparlers sont en cours avec Groupe TVA afin d'en arriver à une entente qui conduirait à l'union de Publicor avec Publications TVA Inc., compagnie qui publie notamment les magazines *7 Jours*, *Dernière Heure*, *Cool*, *Sport Inc.*, *TV Hebdo* et *Femmes d'aujourd'hui*.

3.4 Secteur Télédiffusion

En septembre 1997, la Compagnie, par l'entremise de Communications Quebecor, a acquis, en partenariat avec COGECO inc., Les Communications par Satellite Inc. (« Cancom »), Radio-Nord inc., Radio-Saguenay Ltée (maintenant connue sous le nom Gestion Baripra inc.), Télévision MBS inc. et une participation de 100 % dans TQS, un réseau de télédiffusion atteignant un auditoire réparti sur presque tout le territoire de la province de Québec.

La participation de Communications Quebecor dans TQS est passée successivement de 58,52 % en 1997, à 70,17 % au 31 décembre 1998, à 79,09 % au 31 décembre 1999, pour atteindre enfin 85,99 % le 22 mars 2000 suite à l'acquisition des actions de TQS détenues par Cancom.

Suite à l'acquisition en octobre 2000 de la totalité des actions en circulation de Groupe Vidéotron, tel que plus amplement décrit à l'item 3.8 ci-dessous, Quebecor Média a déposé au CRTC une demande de transfert des licences d'exploitation de Vidéotron (câblodistribution) et de Groupe TVA (télédiffusion). Advenant une décision favorable du CRTC, prévue en juin 2001, ces actifs s'ajouteront aux propriétés contrôlées par Quebecor Média. Dans l'attente de la décision du CRTC et conformément à la réglementation de celui-ci, les activités réglementées de Vidéotron, soit Groupe TVA (télédiffusion) et Vidéotron (câblodistribution), se trouvent sous le contrôle de fiduciaires.

Par ailleurs, en septembre 2000, à la suite de discussions avec le Bureau fédéral de la concurrence et diverses consultations avec les milieux intéressés, la Compagnie en est par ailleurs venue à la conclusion

qu'elle devait procéder à la disposition du réseau de télévision TQS. La Compagnie est présentement engagée dans ce processus de vente et entend rendre la disposition effective conditionnelle à l'autorisation par le CRTC du transfert des licences d'exploitation de TVA et du réseau de câble Vidéotron à Quebecor. En mars 2001, le Bureau de la concurrence a indiqué qu'elle ne s'opposait pas à la transaction d'acquisition de Groupe Vidéotron (incluant Groupe TVA) par Quebecor Média, sous réserve de l'ordonnance enjoignant Quebecor Média de se départir de TQS.

Aux termes d'une ordonnance rendue en janvier 2001 par le Tribunal de la concurrence, si la vente de TQS n'est pas complétée d'ici le 31 décembre 2001, le Tribunal de la concurrence pourra confier la vente de TQS à un fiduciaire de son choix.

Enfin, le 27 octobre 2000, le CRTC a renouvelé, pour une période de sept ans, les licences du réseau TQS, avec effet à compter du 1^{er} septembre 2001.

3.5 Secteur Intégration Web-Technologie

Le 30 septembre 1999, la Compagnie, nurun et Intellia Inc. (« Intellia »), une filiale de Communications Quebecor, ont annoncé la conclusion d'une entente en vue de développer une entreprise qui deviendra au Canada, et possiblement aux États-Unis et en Europe, un chef de file des solutions de commerce électronique alliant la stratégie, l'intégration technologique, les solutions Internet et la créativité dans Internet. De cette entente ont découlé les transactions suivantes qui ont été conclues le 1^{er} novembre 1999. nurun a procédé à l'acquisition de la totalité des actions d'Intellia en contrepartie de l'émission de 12 214 286 actions ordinaires de son capital en faveur des actionnaires d'Intellia, dont 10 927 960 actions ordinaires ont été émises auprès de Communications Quebecor. Préalablement à cette acquisition, Communications Quebecor a versé un apport en capital additionnel de 40 millions de dollars dans Intellia. Par ailleurs, Communications Quebecor a procédé à une offre publique d'achat partielle portant sur 4 108 108 actions ordinaires de nurun à un prix de 9,25 \$ l'action ordinaire. À la suite de ces transactions, la Compagnie, alors par l'entremise de sa filiale en propriété exclusive Communications Quebecor, détenait 15 036 068 actions ordinaires, soit plus de 58,23 % des actions alors émises et en circulation de nurun. De plus, dans le cadre des transactions susmentionnées, un droit de préemption a été octroyé en faveur de Communications Quebecor, lequel a été renouvelé le 31 janvier 2000 par une entente entre Communications Quebecor et nurun.

nurun est une société œuvrant dans le domaine du commerce électronique, du développement de solutions Internet et de l'intégration Web. Elle exerce ses activités auprès de clients des secteurs public et privé en Amérique du Nord, en Amérique du Sud, en Europe et dans d'autres régions du monde.

Par le biais de sa filiale Solutions Mindready, nurun œuvre également dans le domaine des systèmes embarqués et en temps réel. Cette filiale de nurun offre aux manufacturiers œuvrant dans les équipements de télécommunications, de l'aérospatiale, de l'industrie ainsi qu'aux intégrateurs de systèmes embarqués et en temps réel, des services et solutions clé en main dans les domaines suivants : services d'ingénierie de tests pour les systèmes embarqués, développement de logiciels embarqués et produits de communication à haute vitesse basés sur le protocole IEEE-1394. Solutions Mindready a procédé à de nombreuses acquisitions en 2000 et est devenue, en décembre 2000, une société ouverte, dont les actions sont cotées à la Bourse de Toronto (TSE : MNY).

En date du 30 décembre 2000, nurun et Solutions Mindready comptaient plus de 1 200 professionnels répartis dans leurs bureaux de Montréal, Québec, Toronto, Ottawa, Seattle, Charlotte, New York, Boston, Paris, Milan, Madrid, Santiago, Carrickfergus (Irlande du Nord) et Devon (Angleterre).

Suite à sa récente transaction avec Communications Quebecor, notamment son acquisition d'Intellia, ainsi qu'à ses récentes acquisitions, nurun s'est rapidement transformée d'une société de technologies de l'information en pleine croissance en intégrateur Web de premier plan, ayant des activités au Canada, en Amérique du Nord, en Amérique du Sud et en Asie via des partenariats d'affaires et en Europe. L'objectif stratégique de nurun est de permettre à ses clients de capitaliser pleinement sur les opportunités que leur offrent Internet et la technologie Web afin de leur permettre de développer de nouveaux marchés, de nouveaux canaux de commercialisation, ainsi qu'à rendre plus efficaces leurs processus administratifs touchant leurs clients, partenaires d'affaires et employés.

En 2000, nurun a conclu des ententes stratégiques avec ses partenaires, notamment Quebecor World, pour s'implanter solidement dans le marché du commerce électronique. Ainsi, au cours de l'été 2000, nurun a mis en place la structure nécessaire à l'échelle internationale pour promouvoir ses activités grâce à la conclusion d'un partenariat stratégique avec Quebecor World. En vertu de ce partenariat, Quebecor World a souscrit pour 20 000 000 \$ de titres de nurun.

La croissance interne, les nombreuses acquisitions d'entreprises et la conclusion d'ententes stratégiques avec ses partenaires ont permis à nurun de développer un réseau de places d'affaires et bureaux affiliés à travers le monde, en plus de s'établir comme fournisseur de plusieurs sociétés de marque, telles Evian, L'Oréal, Essilor, MTV Italia, Biotherm, Danone, Club Med, GM et Air Canada.

En 2000, nurun et Solutions Mindready ont complété 11 acquisitions stratégiques, lesquelles leur ont permis d'affirmer leur leadership au Canada et de renforcer leur positionnement ailleurs dans le monde.

3.6 Secteur Internet-Portails

Le secteur Internet-Portails comprend l'exploitation du réseau de portails CANOE, de même que différents sites internet spécialisés, par l'entremise de la filiale en propriété exclusive de Quebecor Média, Société en commandite Quebecor Nouveaux Médias, et l'exploitation des portails La Toile du Québec et InfiniT, ainsi que différents sites internet spécialisés, par l'intermédiaire de la filiale Netgraphe.

Société en commandite CANOE (« CANOE ») a été lancée par Sun Media Corporation en 1996. Lorsque la Compagnie a fait l'acquisition de Sun Media Corporation, au début de 1999, CANOE était détenue à hauteur de 60 % par Sun Media Corporation et à hauteur de 40 % par une filiale de BCE Inc. En juin 1999, Quebecor Nouveaux Médias a acquis la participation de Corporation Sun Media dans CANOE de même que dans *AUTONET.CA* et, en juillet 1999, elle acquérait la participation détenue par la filiale de BCE Inc. dans CANOE, pour en devenir le propriétaire unique. En septembre 1999, Quebecor Nouveaux Médias procédait au lancement de Canoë (le pendant francophone de CANOE), premier site francophone de nouvelles en continu, et du magasin virtuel *archambault.ca* (spécialisé dans la vente et la distribution de disques et de livres), aujourd'hui une division du Groupe Archambault. En novembre 1999, elle lançait le cyberguide culturel *icimontreal.com*, suivi en mars 2000 de *iciquebec.com*, en avril 2000 de *fyicalgary.com* et *fyiedmonton.com*, en mai 2000 de *fyiwinnipeg.com.*, et en juin de *fyiottawa.com*, de *fyitoronto.com* et de *fyilondon.com*.

Au cours de la dernière année, CANOE a également procédé aux acquisitions et alliances stratégiques suivantes :

- Imoney Corp. – CANOE a acquis la quasi-totalité des actifs d'Imoney Corp., qui exploite sur Internet un centre de services financiers, de nouvelles et d'analyse faisant office de guichet unique interactif en ligne à l'intention des Canadiens.

- 9031-9146 Québec inc. – CANOE a acheté toutes les actions émises et en circulation de 9031-9146 Québec inc., société exerçant son activité sous la dénomination de Tnet Technologies. 9031-9146 Québec inc. est active dans le secteur des annonces personnelles en ligne, grâce à l’exploitation des sites www.reseaucontact.com et www.matchcontact.com.
- CANOE a acheté les activités du site d’emplois viasite.com.
- CANOE a lancé TimeCanada.com, entreprise conjointe dans le cadre de laquelle CANOE hébergera et gèrera tout le contenu du magazine hebdomadaire *Time Canada* et intégrera le contenu de *Time Canada* aux autres sites verticaux de CANOE.
- CNNSI, entreprise conjointe de CNN et du magazine *Sports Illustrated*, et CANOE ont conclu un partenariat stratégique aux termes duquel le contenu de hockey de la LNH provenant de SLAM! Sports sera affiché sur le site www.cnnsi.com en échange de la publication de certains articles des chroniqueurs de *Sports Illustrated* sur SLAM! Sports.

L’acquisition de Groupe Vidéotron décrite à l’item 3.8 ci-dessous, a permis à la Compagnie d’ajouter à ses propres actifs ceux de la société Netgraphe, un éditeur Web coté à la Bourse de Toronto (TSE : WWW), qui se spécialise dans le création, l’acquisition et la gestion de sites Internet à très fort achalandage. Netgraphe et ses filiales, qui comptent 150 employés, procurent à Quebecor Média des propriétés de haute qualité, telles que la base de données et le moteur de recherche La Toile du Québec, le portail Infiniti.com, le portail d’aide de recrutement Jobboom.com, le site financier Webfin.com, Multimédium, un quotidien en ligne sur les technologies de l’information, et Mégagiciel, un site spécialisé dans les logiciels disponibles sur Internet.

Afin de renforcer son positionnement concurrentiel et de maximiser les synergies opérationnelles, Quebecor Média, via ses filiales Société en commandite Quebecor Nouveaux Médias et Canoe Limited Partnership, a conclu avec Netgraphe une convention de regroupement ayant pour but de regrouper, par échange d’actions, les activités Internet-Portails de Quebecor Média et celles de Netgraphe. Les transactions envisagées dans la convention de regroupement ont été avalisées par un comité indépendant de Netgraphe et par son conseil d’administration et seront soumises aux actionnaires de la société pour approbation le 28 mai 2001. Cette réorganisation a pour objectif d’atteindre le plus rapidement possible des synergies entre les entités Internet du nouveau groupe afin d’en faire bénéficier l’ensemble des actionnaires.

3.7 Retrait du Secteur Produits Forestiers

Le 11 février 2000, Abitibi-Consolidated, Donohue et la Compagnie ont annoncé qu’elles avaient conclu des accords aux termes desquels Abitibi-Consolidated offrait d’acheter la totalité des actions en circulation de Donohue dans le cadre d’une opération évaluée à 42,00 \$ par action de Donohue réglée en espèces et en actions (12,00 \$ comptant et 1,8462 actions ordinaires d’Abitibi-Consolidated). Les accords comportaient un engagement irrévocable de la part de la Compagnie de déposer la totalité de ses actions en réponse à l’offre d’Abitibi-Consolidated.

La Compagnie a déposé ses actions de Donohue le 18 avril 2000. La transaction consistait en une prise de contrôle inversée d’Abitibi-Consolidated par Donohue, les actionnaires de Donohue recevant dans l’échange un nombre d’actions d’Abitibi-Consolidated leur permettant de prendre le contrôle de celle-ci. La participation de la Compagnie dans la nouvelle société, autant en nombre d’actions qu’en nombre de votes, est d’environ 11 %. Le gain découlant de la cession a été comptabilisé au cours du deuxième trimestre 2000 et se chiffre à 235 millions de dollars, déduction faite des impôts y afférant. Étant donné que la Compagnie n’a ni le contrôle d’Abitibi-Consolidated, ni une influence sensible sur celle-ci, cette participation est

comptabilisée comme un placement de portefeuille et, par conséquent, le secteur Produits forestiers a été considéré comme une activité abandonnée à compter du premier trimestre 2000.

3.8 Acquisition de Groupe Vidéotron par Quebecor Média

En octobre 2000, Quebecor a franchi une étape importante de son développement avec la conclusion de l'offre publique d'achat, déposée par Quebecor Média, visant l'acquisition de la totalité des actions en circulation de Groupe Vidéotron. Groupe Vidéotron est une grande entreprise canadienne qui offre, par l'entremise de ses diverses filiales, des services de câblodistribution, de télécommunication, d'accès à Internet, de production télévisuelle et de télédiffusion, de commerce électronique et de télésurveillance. Le 23 octobre 2000, Quebecor Média a pris possession des actions déposées dans le cadre de son offre et procédé au paiement de celles-ci, soit un montant de 45,00 \$ comptant pour chaque action de Vidéotron.

Le déboursé total par Quebecor Média a atteint 5,7 milliards de dollars, en contrepartie des actions en circulation de Vidéotron et du paiement de certains frais reliés à l'acquisition. La transaction a été financée de la façon suivante : i) Quebecor a contracté un emprunt bancaire de 1 milliard de dollars, provenant de facilités de crédit, qu'elle a injecté dans Quebecor Média. Cette dernière a pour sa part investi elle-même 2 milliards de dollars, obtenus par emprunt bancaire. Le solde, soit 2,7 milliards de dollars, provient d'une souscription d'actions de Quebecor Média par Capital Communications CDPQ Inc., filiale en propriété exclusive de la Caisse de dépôt et de placement du Québec. Quebecor et Capital Communications CDPQ détiennent respectivement 54,72 % et 45,28 % de Quebecor Média.

Créé en 2000, la filiale Quebecor Média regroupe les actifs de la Compagnie dans l'édition de journaux, de magazines et de livres, l'intégration et les technologies Web, les portails et les contenus Internet, de même que la distribution et la vente au détail. Quebecor Média bâtit l'un des modèles de convergence les plus solides du Canada qui contribuera à la cristallisation des synergies au sein de l'ensemble des propriétés médias de la Compagnie, y compris avec l'approbation des organismes de réglementation, de nouveaux actifs en câblodistribution et en télédiffusion.

La direction de Quebecor procède actuellement à l'intégration des activités non réglementées de Vidéotron avec celles de Communications Quebecor dans le but de regrouper l'ensemble de ses actifs médias sous Quebecor Média. Les activités réglementées de Groupe Vidéotron, soit Groupe TVA (télédiffusion) et Vidéotron (câblodistribution), se trouvent sous le contrôle de fiduciaires, conformément à la réglementation du CRTC. Advenant une décision favorable du CRTC, prévue pour juin 2001, ces actifs s'ajouteront aux propriétés contrôlées par Quebecor Média.

À la suite de la transaction intervenue avec Groupe Vidéotron, la Compagnie a annoncé la mise en vente du réseau TQS. Advenant que la vente ne soit pas complétée d'ici à ce que le CRTC rende sa décision sur le transfert des licences d'exploitation de TVA, et en supposant que cette décision soit favorable, Quebecor s'est engagée à placer TQS sous le contrôle de fiduciaires jusqu'à sa vente définitive.

RUBRIQUE 4 DESCRIPTION NARRATIVE DE L'ACTIVITÉ

Les tableaux suivants fournissent de l'information sur les revenus pour chacun des six secteurs d'activités poursuivies de la Compagnie, ainsi que par secteur géographique, pour l'ensemble des secteurs d'activités poursuivies.

		Exercices clos les 31 décembre	
		2000	1999 (redressé)
		(en millions de dollars canadiens)	
<u>Revenus par secteur d'activité</u>			
<i>Quebecor World</i>			
Imprimerie	9 683,1 \$	7 361,5 \$	
<i>Quebecor Média</i>			
Journaux	850,1	827,1	
Loisir et divertissement	225,4	209,2	
Télédiffusion	59,9	48,6	
Intégration Web-Technologie	127,5	21,5	
Internet-Portails	11,6	3,6	
Intersectoriels			
Imprimerie	(28,2)	(25,7)	
Autres	(14,6)	(5,5)	
	10 914,8 \$	8 440,3 \$	

		Exercices clos les 31 décembre	
		2000	1999 (redressé)
		(en millions de dollars canadiens)	
<u>Revenus par secteur géographique</u>			
Revenus générés par :			
Opérations au Canada			
Revenus intérieurs	2 687,4 \$	2 302,3 \$	
Revenus des États-Unis	18,0	199,5	
Revenus de l'Europe et autres	5,0	1,5	
	2 710,4	2 503,3	
Opérations aux États-Unis		6 676,5	4 388,6
Opérations en Europe		1 361,2	1 406,6
Autres		166,7	141,8
	10 914,8 \$	8 440,3 \$	

4.1 Secteur Imprimerie

L'information relative au secteur Imprimerie, contenue à la notice annuelle de Quebecor World datée du 16 mai 2001, est intégrée aux présentes par renvoi et est présentée à l'annexe A, aux pages A-1 à A-14.

4.2 Secteur Journaux

4.2.1 Édition

Corporation Sun Media est le deuxième plus important groupe de presse au Canada en termes de tirage. Elle publie huit quotidiens dans huit des dix plus grands centres urbains au Canada. Ces huit quotidiens constituent le groupe des quotidiens urbains de Corporation Sun Media (le « Groupe des quotidiens urbains »). De plus, elle publie sept quotidiens régionaux et 167 hebdomadaires et guides d'achat dans des localités à travers le Canada et la Floride ainsi que 18 autres types de publications. Ceux-ci forment le groupe des journaux régionaux de Corporation Sun Media (le « Groupe des journaux régionaux »). Les principales sources de revenus du secteur Journaux sont la publicité et la diffusion. Les autres sources de revenus du secteur Journaux comprennent l'imprimerie commerciale.

4.2.1.1 Quotidiens urbains

Le Groupe des quotidiens urbains comprend huit quotidiens, soit *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec*, *The Ottawa Sun*, *The Toronto Sun*, *The Winnipeg Sun*, *The Edmonton Sun*, *The Calgary Sun* (collectivement, les « tabloïds ») et *The London Free Press*, tous publiés sept jours par semaine. Le Groupe des quotidiens urbains publie également deux quotidiens gratuits à l'intention des usagers des transports publics de Montréal et de Toronto, *FYI Toronto* et *Montréal Métropolitain*. Ces journaux sont publiés du lundi au vendredi.

Les tabloïds à grand tirage mettent l'accent sur les actualités locales, les sports ainsi que les arts et spectacles. Ces quotidiens se démarquent par leur abondant emploi d'éléments graphiques et de photographies en couleur et contiennent des suppléments traitant de sujets d'intérêt tels que la mode et d'autres items spéciaux sur une variété de sujets.

The London Free Press, l'un des plus anciens quotidiens du Canada, est un journal grand format accordant beaucoup d'importance aux actualités locales et nationales, aux sports et aux arts et spectacles. Il se classe au premier rang dans son propre marché et, de l'avis général, il constitue le journal de référence dans la région de London, en Ontario.

Corporation Sun Media accorde beaucoup d'importance à la qualité des textes qui sont publiés dans l'ensemble de ses publications; chaque journal reflète la nature particulière de son marché local et tente de susciter un vif intérêt parmi les lecteurs de la région. En règle générale, les journaux de Corporation Sun Media offrent une grande diversité de nouvelles et de reportages de portée locale. Dans leurs marchés respectifs, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* occupent le premier rang, et les autres tabloïds du Groupe des quotidiens urbains occupent la deuxième place en termes de tirage. *The London Free Press* est le seul quotidien de London, en Ontario. *The Calgary Sun* publie également *FYI Calgary*, hebdomadaire communautaire à diffusion gratuite.

Historique

Le Journal de Montréal et *Le Journal de Québec* ont tous deux été fondés par la Compagnie en 1964 et 1967, respectivement. *The Toronto Sun* a été fondé en 1971 par un groupe d'investisseurs privés. *The Edmonton Sun* a publié son premier numéro le

2 avril 1978. En 1980, Sun Media Corporation a acheté les actifs du *Calgary Albertan* avec l'intention de publier un quotidien dans cette ville. Le 3 août 1980, elle a lancé *The Calgary Sun*. En février 1983, la Compagnie a fait l'acquisition des actifs de *The Winnipeg Sun*. En août 1988, Sun Media Corporation a acheté les actifs du *Ottawa Sunday Herald* et, le 4 septembre 1988, elle a publié la première édition du *Sunday Sun*, d'Ottawa. Le 7 novembre 1988, elle a commencé à publier *The Ottawa Sun*. Enfin, le 20 mai 1997, elle a acheté la quasi-totalité des actifs du *London Free Press*.

Le 12 mars 2001, Corporation Sun Media a procédé au lancement à Montréal du *Montréal Métropolitain*, un quotidien à diffusion gratuite au tirage de 50 000 exemplaires par jour portant principalement sur les nouvelles de Montréal et du Québec. Le *Montréal Métropolitain* livre concurrence à *Metro*, un autre journal à diffusion gratuite lancé récemment à Montréal. De plus, en juin 2000, Sun Media Corporation a procédé au lancement à Toronto de *FYI Toronto*, un journal quotidien à diffusion gratuite similaire au *Montréal Métropolitain*. Ce journal livre concurrence à deux autres quotidiens gratuits dans le marché torontois, le *Today* et le *Metro*.

Publicité

Les revenus provenant de la publicité constituent la plus importante source de revenus du Groupe des quotidiens urbains. Les tarifs publicitaires sont fondés sur la taille du marché sur lequel le journal est vendu, ainsi que sur son tirage, son lectorat, les caractéristiques démographiques du marché et la présence d'autres véhicules publicitaires.

Afin de maximiser ses revenus publicitaires, Corporation Sun Media a recours à des programmes de mise en marché qu'elle élabore de façon continue à partir de recherches, d'études démographiques et de données sur son lectorat, dans le but de satisfaire les besoins particuliers d'annonceurs choisis. Le Groupe des quotidiens urbains offre diverses solutions publicitaires, notamment des publicités à emplacement ordinaire, des encarts destinés à des zones géographiques particulières, des cahiers mobiles à vocation spéciale et des suppléments publicitaires (y compris des suppléments sur des sujets de spécialité), ainsi que les cahiers habituels visant diverses tranches du lectorat, comme les cahiers sur l'alimentation, l'immobilier et les voyages.

Au cours de l'année 1999, Corporation Sun Media a concrétisé un projet d'envergure, soit celui de créer le *Réseau des tabloïds Sun* dans le but de maximiser les ventes publicitaires nationales et multimarchés de ses publications. Cette initiative publicitaire rassemble les quotidiens de format tabloïd de Corporation Sun Media. Par cette initiative, les annonceurs et spécialistes du marché de la publicité au Canada ont maintenant accès à un réseau incomparable de tabloïds d'un bout à l'autre du pays. Ce réseau a réalisé des gains significatifs en 2000, recrutant des clients d'envergure dans plusieurs secteurs de l'économie canadienne, tels l'industrie automobile, les services financiers, la micro-informatique et les télécommunications.

Tirage

Pour le Groupe des quotidiens urbains, les ventes de journaux constituent la deuxième plus importante source de revenus. Les quotidiens de ce groupe sont vendus dans des distributrices ou à des points de vente au détail du lundi au dimanche. Les journaux peuvent être livrés à domicile tous les jours, sauf à Toronto, où *The Toronto Sun*

n'est livré à domicile que le dimanche et dans certains marchés, le samedi. Au chapitre du tirage, *Le Journal de Montréal* est le numéro 1 des quotidiens d'expression française en Amérique du Nord et se classe au deuxième rang, après le *Toronto Star*, parmi les quotidiens canadiens qui ne sont pas vendus à l'échelle nationale. Quant au *Toronto Sun*, il est le troisième quotidien en importance au Canada en termes de tirage.

Concurrence

La direction considère que, dans leurs marchés respectifs, *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et *The London Free Press* occupent le premier rang alors que les autres tabloïds du Groupe des quotidiens urbains occupent la deuxième place, en termes de tirage.

À des degrés divers, les journaux du Groupe des quotidiens urbains livrent tous concurrence à la radiodiffusion, à la télédiffusion, à la vente directe et à d'autres supports de communication et de publicité, de même qu'aux autres principaux journaux à diffusion locale, régionale ou nationale. En particulier, les tabloïds livrent tous concurrence à au moins un quotidien, y compris, dans le cas de *Le Journal de Montréal*, *La Presse*, *The Gazette* et *Le Devoir*, dans le cas de *Le Journal de Québec*, *Le Soleil*, dans le cas du *Toronto Sun*, *The Toronto Star* (dont le tirage est le plus important du Canada) et dans une moindre mesure, *The Globe and Mail* et *National Post*, dans le cas du *Edmonton Sun*, *Edmonton Journal*, dans le cas du *Winnipeg Sun*, le *Winnipeg Free Press*, dans le cas du *Calgary Sun*, le *Calgary Herald* et dans le cas du *Ottawa Sun*, *The Ottawa Citizen* et *Le Droit*.

4.2.1.2 Journaux régionaux

Le Groupe des journaux régionaux comprend Bowes Publishers Limited et Florida Sun Publications, Inc., toutes deux filiales en propriété exclusive de Corporation Sun Media, la participation de 50,01 % dans Le Courrier du Sud (1998) Inc. et les journaux régionaux du Québec détenus directement par Corporation Sun Media. Ce groupe compte sept quotidiens, 167 hebdomadaires et guides d'achat (les « guides »), dont la majorité sont distribués gratuitement, et 18 publications à diffusion gratuite sur l'agriculture et autres domaines de spécialité qui sont distribuées dans des collectivités stratégiquement concentrées à proximité des imprimeries régionales de Corporation Sun Media, dans des zones suburbaines et rurales du Canada et de la Floride. Cette concentration permet à Corporation Sun Media d'accroître l'efficacité de ses activités d'exploitation et de réaliser des économies, grâce au partage de ses services de gestion, de comptabilité et de ressources humaines, ainsi que ses fonctions liées à la production et à l'impression.

En règle générale, ces publications couvrent les actualités et les sports, et publient des reportages spéciaux, principalement d'intérêt local. Les journaux de ce groupe cultivent la fidélité des lecteurs et créent de la valeur pour leur franchise en mettant l'accent sur les nouvelles locales, ce qui les différencie des journaux vendus à l'échelle nationale. Ces journaux constituent la principale source de nouvelles locales dans bon nombre de collectivités, et un important support pour les annonceurs désirant rejoindre une clientèle régionale précise. Corporation Sun Media segmente davantage ses marchés en recourant à des bases de données démographiques et à des études de marché en vue de produire des éditions ciblant des localités particulières et d'élaborer des

programmes de mise en marché adaptés à des annonceurs choisis. Les publications de ce groupe ont été, pour Corporation Sun Media, une source stable et continue de liquidités.

De plus, par le biais de son réseau de distribution, le Groupe des journaux régionaux distribue des coupons, des dépliants publicitaires, des échantillons de produits et d'autres matériels promotionnels par publipostage direct. Par le biais de son propre réseau de succursales et de ses distributeurs affiliés, NetMedia, entreprise de vente de services de distribution du Groupe des journaux régionaux, offre à ses clients la possibilité de rejoindre plus de neuf millions de foyers au Canada. NetMedia coordonne les activités d'impression, d'emballage, de transport et de distribution à domicile pour divers produits.

Historique

Les activités de Quebecor dans le secteur des journaux régionaux ont débuté dans les années 1950. Ces activités ont été développées de façon progressive. Voir « Développement général de l'activité – Secteur Journaux » pour les développements plus récents.

Les activités de Sun Media Corporation se sont développées comme suit. En mai 1988, Sun Media Corporation a acquis une participation de 60 % dans Bowes Publishers Limited, qu'elle a portée à 100 % entre 1989 et 1991. Florida Sun Publications, Inc. a été constituée en 1989 en vue de l'acquisition d'un groupe de journaux à tirage contrôlé et d'une imprimerie en Floride. Le 20 mai 1997, le Groupe des journaux régionaux a acquis la quasi-totalité des éléments d'actif de Netmar (qui possédait 11 hebdomadaires distribués principalement en Alberta, 14 guides distribués principalement en Ontario et six publications de spécialité).

Publicité et distribution

Le Groupe des journaux régionaux a tiré la quasi-totalité de ses revenus publicitaires des annonces de détaillants à diffusion locale et des petites annonces. Les tarifs publicitaires et les structures tarifaires, qui diffèrent d'une publication à l'autre, sont fondés, entre autres, sur le tirage, le taux de pénétration et le type d'annonce (grande annonce de détaillant à diffusion locale, grande annonce de détaillant à diffusion nationale et petite annonce).

Le Groupe des journaux régionaux publie des suppléments publicitaires sur des sujets spécialisés, comme l'agriculture, le tourisme, la rénovation domiciliaire et le jardinage, afin d'inciter certains annonceurs à acheter de l'espace additionnel dans ces numéros spéciaux.

Tirage

Les revenus provenant du tirage du Groupe des journaux régionaux découlent des abonnements et des ventes d'exemplaires à l'unité par l'entremise de détaillants et de distributrices. Dans la mesure du possible, Corporation Sun Media augmente le prix des journaux qu'elle vend par abonnement et à l'unité dans le but d'accroître ses revenus provenant du tirage. La majorité des publications du Groupe des journaux régionaux sont distribuées gratuitement conformément à un système de distribution contrôlé. Ceci permet de mieux identifier la clientèle ciblée par les annonceurs. Le tirage hebdomadaire

moyen total des publications hebdomadaires du Groupe des journaux régionaux au 31 décembre 2000, était de 3 367 083 copies distribuées gratuitement et de 221 008 copies à diffusion payée.

Concurrence

La majorité des publications du Groupe des journaux régionaux occupent le premier rang dans leurs marchés respectifs. En règle générale, les publications communautaires du Groupe des journaux régionaux sont situées dans de petites villes et, dans le cas des publications à diffusion payée, constituent les seuls quotidiens ou hebdomadaires à diffusion payée et à grand tirage de ces villes. Toutefois, certaines de ces publications doivent concurrencer des quotidiens ou des hebdomadaires publiés dans des villes voisines et diffusés sur des marchés où Corporation Sun Media publie un quotidien ou un hebdomadaire. Les guides de Corporation Sun Media livrent concurrence principalement au publipostage direct, aux « publisacs » ou aux autres services privés de livraison de matériel publicitaire.

Les quotidiens que publie le Groupe des journaux régionaux au 31 décembre 2000 sont les suivants:

Journal	Ville	Tirage quotidien moyen payé
<i>The Brockville Recorder and Times</i>	Brockville (Ontario)	15 000
<i>Stratford Beacon Herald</i>	Stratford (Ontario)	13 000
<i>The Daily Herald Tribune</i>	Grande Prairie (Alberta)	9 300
<i>St. Thomas Time-Journal</i>	St. Thomas (Ontario)	9 000
<i>Fort McMurray Today</i>	Fort McMurray (Alberta)	6 000
<i>The Daily Miner & News</i>	Kenora (Ontario)	4 500
<i>The Daily Graphic</i>	Portage La Prairie (Manitoba)	4 300
Tirage quotidien total		61 100

Les hebdomadaires et les publications spécialisées que publie le Groupe des journaux régionaux sont distribués à travers le Canada et en Floride, aux États-Unis. Le nombre de publications hebdomadaires pour chacune des principales régions est comme suit:

Québec, Canada	50
Alberta, Canada	41
Ontario, Canada	41
Manitoba, Canada	13
Floride, États-Unis	8
Saskatchewan, Canada	7
Colombie-Britannique, Canada	6
Nouveau-Brunswick, Canada	<u>1</u>
Total	167

4.2.2 Imprimerie commerciale

Corporation Sun Media possède 28 presses offset à bobine et 10 presses à feuilles situées à travers le Canada ainsi qu'en Floride. Ces presses sont utilisées à la fois pour imprimer les publications de Corporation Sun Media et celles de tiers.

Les services d'imprimerie commerciale destinés à des tiers ont historiquement représenté une portion importante des activités de Bowes Publishers Limited et la direction entend continuer à développer ces activités. Pour le Groupe des quotidiens urbains, les revenus provenant de l'impression commerciale pour des tierces parties représentent une source additionnelle de revenus générée par la capacité excédentaire de l'équipement utilisé pour imprimer les quotidiens.

4.3 Secteur Loisir et divertissement

4.3.1 Édition de livres et de magazines

Quebecor Média, par l'entremise de diverses filiales, publie, tel que décrit plus bas, des magazines ainsi que des livres. Les principales sources de revenus du secteur de l'édition des magazines et des livres sont la publicité et la diffusion.

4.3.1.1 Magazines

Publicor exerce ses activités dans trois domaines différents.

Elle publie, entre autres, trois magazines touchant à la décoration-rénovation : *Les Idées de ma Maison*, *Décoration Chez-Soi* et *Rénovation-Bricolage*, ainsi que plusieurs éditions annuelles et trimestrielles. Selon les résultats du dernier sondage du *Print Measurement Bureau* (PMB), ces magazines dominent largement le marché québécois des magazines de décoration et de rénovation en langue française, comme l'atteste leur part du lectorat, soit 75 %.

Publicor publie trois magazines visant la clientèle féminine : *Clin d'œil*, *Filles d'aujourd'hui* et *Femme Plus*. Afin de contrer la baisse de diffusion, Publicor a actualisé, depuis septembre 1999, la grille graphique et le logo de *Clin d'œil* afin de positionner ce magazine comme la référence mode-beauté de la femme québécoise. Publicor a également inséré, depuis septembre 1999, des valeurs ajoutées au magazine *Filles d'aujourd'hui*, suite auxquelles de meilleures performances furent observées en l'année 2000. Finalement, suite à la nouvelle orientation éditoriale de *Femme Plus*, amorcée en avril 1999, Publicor note une hausse de la diffusion de ce magazine.

Publicor agit comme éditeur à contrat pour des entreprises clientes. À cet égard, elle publie *Idées Réno-Dépôt* pour le compte de Réno-Dépôt. De nouveaux projets ont été réalisés avec, entre autres, Provigo, Medialinx pour le magazine *Sympatico* et l'Office de la langue française.

Le tableau ci-après présente, par champ d'intérêt, la diffusion pour la période de six mois terminée le 31 décembre 2000 ainsi que la fréquence de parution annuelle des magazines publiés par Quebecor Média. (Ce tableau comprend les copies vendues en kiosque et aux abonnés, ainsi que les copies distribuées gratuitement et les copies disponibles dans les salles d'attente.)

Champ d'intérêt	Diffusion moyenne payée pour la période de six mois terminée le 31 décembre 2000	Fréquence de parution annuelle
<u>Décoration, rénovation</u>		
Les Idées de ma Maison	53 529	10
Décoration Chez-Soi	65 386	10
Rénovation-Bricolage	35 576	9
<u>Féminin</u>		
Clin d'œil	60 378	12
Filles d'aujourd'hui	56 031	12
Femme Plus	52 204	12

Dans le secteur des magazines féminins, *Clin d'œil* et *Femme Plus* sont en concurrence avec des magazines comme *Elle Québec*, *Châtelaine* et *Coup de Pouce*. Dans le sous-groupe des magazines féminins destinés à un public jeunesse, *Filles d'aujourd'hui* détient la plus grande part de marché.

Quebecor Média publie également le journal hebdomadaire artistique *Échos Vedettes* qui a été regroupé à compter de 1999 avec le secteur des magazines, ainsi que les journaux alternatifs *Ici vivre à Montréal* et *Mirror*.

4.3.1.2 Livres

Quebecor Média possède des intérêts dans plusieurs maisons d'édition de livres.

Les Éditions Quebecor inc. est une maison qui s'est d'abord spécialisée dans l'édition de livres pratiques. Environ 20 % de ses revenus proviennent des ventes à l'exportation. Les Éditions Quebecor inc. édite plus de 80 titres par année.

Les Éditions CEC inc., détenue conjointement par Communications Quebecor et Hachette Livre S.A., est devenue la plus importante maison d'édition scolaire au Québec. Son principal marché est constitué d'écoles primaires et secondaires mais elle a également développé des produits visant certains créneaux de l'enseignement collégial et depuis peu, l'enseignement universitaire. En 1999, elle a complété une collection en mathématiques pour l'enseignement secondaire au Québec, laquelle est utilisée par 75 % du marché des écoles françaises et anglaises. En outre, les Éditions CEC inc. est le distributeur et le diffuseur au Canada des produits scolaires de Hachette Éducation et du fonds des Éditions FPR.

Les Éditions Libre Expression ltée demeure, au Québec, un leader de la littérature grand public et réalise annuellement plusieurs best-sellers d'auteurs québécois. De plus, elle est un maître d'œuvre dans les livres de référence illustrés pour le marché mondial.

Quebecor Média possède indirectement une participation de 80 % dans Wilson & Lafleur ltée. Cette dernière maison, créée en 1909, est le plus important éditeur et distributeur au service du monde juridique québécois. En 1999, Wilson & Lafleur ltée a conclu une entente avec l'Université de Navarre en Espagne, et *Midwest Theological Forum* de Chicago, pour la traduction de l'espagnol à l'anglais d'un Code exégétique de droit canon, qui sera diffusé aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en Australie en 2001.

Depuis 1997, les Éditions Internationales Alain Stanké ltée et les Éditions du Trécaré inc. sont devenues des filiales de Communications Quebecor. Les Éditions Internationales Alain Stanké ltée réalise 50 nouveautés par an dont certaines se distinguent dans le domaine international par des co-éditions et des ventes de droits alors que les Éditions du Trécaré inc. couvre, par ses 80 nouveautés par an, les créneaux de l'horticulture, la nature, le régionalisme, la santé, la cuisine et le parascolaire.

En 1998, le secteur Livres a acquis une participation majoritaire dans St. Rémy Média inc., auparavant détenue par le secteur Nouveaux médias. Cette société est reconnue pour la qualité de ses collections de livres et de ses produits multimédias destinés au marché américain.

En outre, l'acquisition en 1998 de Les Éditions Logiques inc. a permis de poursuivre la diversification du groupe dans le domaine éditorial et de consolider le secteur de la distribution. Les Éditions Logiques inc. publie environ 90 titres par année dans le domaine de la littérature générale et de l'informatique.

4.3.2 Distribution

Quebecor Média est active dans la distribution et le commerce de détail de produits reliés à la musique ainsi que des livres. Les activités de distribution de publications ont été transférées à Corporation Sun Media et ont été regroupées dans le Groupe des quotidiens urbains au début de 1999. Également en 1999, la participation que Communications Quebecor détenait dans Joncas Postexperts inc. a été vendue à Quebecor World.

4.3.2.1 Musique

Groupe Archambault, une filiale de Quebecor Média qui regroupe les magasins Archambault, le site de commerce électronique archambault.ca, les magasins Camelot-Info, le site de commerce électronique camelot.ca, la librairie Paragraphe, le site de commerce électronique www.paragraphbooks.com et les divisions Select, Musicor, Musicor Vidéo et Distribution Trans-Canada, est la plus importante entreprise détenue par des intérêts québécois dans le domaine de la distribution et de la vente au détail de disques, vidéos, livres et presse.

Groupe Archambault exploitait, au 31 décembre 2000, 11 magasins de musique et de livres Archambault, tous situés au Québec. Dans ce marché de magasins spécialisés, les magasins Archambault occupent la première place. Les 10 librairies agréées des magasins Archambault constituent le deuxième plus important réseau de librairies francophones au Québec. En 1999, suivant les tendances du marché, d'importantes sommes d'argent ont été investies afin d'accroître les activités de vente au détail dans les magasins à grande surface Archambault. Au cours de l'année 2000, la direction de Groupe Archambault a poursuivi l'informatisation des magasins Archambault. Les magasins de Groupe Archambault sont en concurrence avec les grandes chaînes de commerce de détail et les clubs de disques.

Au cours de l'année 1999, Groupe Archambault inc. a consacré beaucoup d'efforts au développement et au lancement du site de commerce électronique www.archambault.ca qui fut mis en ligne le 15 septembre 1999. Ce site offre en vente plus de 251 800 livres en français, 28 232 titres de vidéos en format VHS, 7 632 titres de vidéos en format DVD et 186 441 CD dans toutes les langues et de tous les genres musicaux. Il comporte également un volet de téléchargement de musique qui permet aux internautes de

faire l'achat d'œuvres musicales sous forme de fichiers MP3. Au cours de l'année 2000, une version anglaise du site fut mise en ligne. Les principaux compétiteurs du site www.archambault.ca sont les sites www.chapters.ca, www.hmv.com, www.renaud-bray.com et www.amazon.com.

Select, Musicor et Musicor Vidéo distribuent, via des ententes de distribution exclusive, environ 1 729 albums et 1 197 vidéos de plus de 545 artistes, tout en assurant également la mise en marché de plus de 3 425 albums en importation, ce qui fait de Groupe Archambault le plus important distributeur détenu par des intérêts québécois et le plus important distributeur indépendant au Canada. Leurs principaux compétiteurs sont d'abord des multinationales (Sony Musique, Universal, Warner Musique, EMI Musique et BMG), mais aussi certains petits distributeurs québécois.

Avec près de 100 000 titres de disques et de vidéos et son réseau de plus de 700 points de vente, Distribution Trans-Canada est considérée comme le plus important grossiste de disques au Québec. Ses concurrents se composent d'entreprises locales et nationales. Distribution Trans-Canada approvisionne en outre de façon exclusive un réseau de 17 magasins de vente au détail de disques opérés par des disquaires indépendants sous la bannière PolySons qui appartient à Groupe Archambault.

4.3.2.2 Livres

Québec-Livres, une division de Communications Quebecor, est l'un des plus importants distributeurs de livres au Québec; elle représente plusieurs grandes maisons d'édition québécoises et européennes.

En 2000, Groupe Archambault a fait l'acquisition de la Librairie Paragraphe Inc., une société qui exploite la plus importante librairie indépendante de langue anglaise au Québec. Depuis sa fondation en 1981, Librairie Paragraphe Inc. s'est taillée une réputation d'excellence tant au niveau du service que du choix des produits offerts à la clientèle. Librairie Paragraphe Inc. opère aussi le site web transactionnel www.paragraphbooks.com.

Groupe Archambault a également procédé, en l'an 2000, à l'acquisition de Camelot-Info Inc., une société qui exploite la plus grande chaîne de librairie spécialisée en informatique au Canada. Les six librairies Camelot-Info Inc. offrent des livres en informatique et en gestion, des logiciels, des produits multimédias et du matériel périphérique. Camelot-Info Inc. opère aussi le site transactionnel www.camelot.ca.

4.3.2.3 Vidéocassettes

En 2000, par le biais de l'acquisition du Groupe Vidéotron, Quebecor Média a, par le fait même, acquis Le SuperClub, une chaîne de magasins spécialisés dans la location et la vente au détail de vidéocassettes. Le SuperClub se démarque comme la plus grande chaîne de magasins active dans le secteur de la vidéo-loisir au Québec, avec quelque 169 points de vente, occupant près de 30 % du marché, comparativement à environ 7 % pour son plus proche rival.

Au cours de 2000, Le SuperClub a ajouté 20 magasins à son réseau. L'entreprise a également conclu une entente d'approvisionnement avec un troisième grand studio américain, sur la base d'un partage des revenus, qui a contribué à la croissance de ses

revenus de location. Le SuperClub s'est aussi repositionné sur le plan publicitaire à l'aide d'une campagne efficace.

4.3.2.4 Multimédia

En octobre 2000, Communications Quebecor a également annoncé l'acquisition d'une participation majoritaire dans DM Diffusion Multimédia Inc. (« DM Diffusion Multimédia ») et le regroupement avec DM Diffusion Multimédia de sa division de diffusion et de distribution de produits multimédias jusque là exploitée par Québec-Livres.

À la suite de ce regroupement, DM Diffusion Multimédia devient le plus important diffuseur de produits multimédias de langue française au Canada dans les réseaux scolaires et grand public. Fondée en 1997, DM Diffusion Multimédia s'est vite positionnée comme un chef de file dans la mise en marché des contenus numériques et multimédias francophones au Canada, grâce à son approche innovatrice de commercialisation, son positionnement auprès du marché francophone canadien et à sa capacité de créer des alliances avec ses éditeurs. Son catalogue, qui ne cesse de s'enrichir, est disponible en version imprimée et électronique. Il affiche un contenu de quelques centaines de produits et rejoint une vaste clientèle.

4.4 Secteur Télédiffusion

TQS est propriétaire de stations de télédiffusion à Montréal (CFJP) et à Québec (CFAP), ainsi que d'une antenne de retransmission à Rimouski (CJPC). L'entreprise compte aussi trois affiliés dont COGECO inc. (Trois-Rivières, Sherbrooke et Saguenay-Lac-Saint-Jean), Radio-Nord inc. (Hull-Ottawa et Val d'Or), et Télévision MBS inc., qui opère un service de retransmission par antenne (Rivière-du-Loup, Madawaska, Victoria, Côte-Nord, Carleton, Baie-des-Chaleurs). Grâce à ce réseau, TQS dessert maintenant 97,5 % du territoire de diffusion de la province. Son réseau est l'un des quatre réseaux généralistes francophones au Québec.

À la fin du mois d'octobre 2000, les licences du réseau TQS ont été renouvelées pour une période de sept ans à compter du 1^{er} septembre 2001, une première dans l'histoire de l'entreprise. Les conditions d'exploitation de licence décrétées par le CRTC ont été assouplies, eut égard, notamment, au montant devant être investi annuellement dans la production indépendante.

Les résultats des sondages Nielsen de l'automne 2000 confirment une augmentation constante des parts de marché pour chacun des principaux groupes cibles de TQS. À titre d'exemple, pendant les heures de grande écoute, entre 17h30 et 23h00, du lundi au dimanche, sa part de marché auprès de la population adulte est passée de 14 % qu'elle était à l'automne 1999 à 18,1 % pour la même période à l'automne 2000. Pour l'ensemble de la semaine de diffusion, du lundi au dimanche, de 6h00 à 02h00, la part de marché de TQS s'est chiffrée à 15,9 % des adultes de 18 à 49 ans, par rapport à 14,1 % l'année précédente.

Les sondages sélectifs de BBM, pour l'automne 2000, démontrent que les parts du marché francophone de TQS dans la grande région métropolitaine de Montréal sont passées de 12,2 % à 14,1 %, soit une augmentation de 16 %, alors que les parts de marché sont demeurées stables pour la grande région métropolitaine de Québec. La direction de TQS garde le cap sur l'objectif d'atteindre la rentabilité au niveau de l'exploitation d'ici la fin de l'exercice 2001.

TQS a procédé à la création, en 1999, de deux maisons de production, sous la responsabilité des Productions Point-Final Inc., dont elle est propriétaire unique. Ces maisons de production confèrent à TQS un contrôle accru des concepts et des droits des émissions mises en ondes.

Par ailleurs, en 2000, les revenus ont progressé de 20 %, soit un chiffre supérieur à la moyenne de l'industrie à l'échelle nationale. Ce résultat est attribuable à la hausse des revenus de temps d'antenne provenant de l'augmentation de l'auditoire et des tarifs publicitaires. En 1999, TQS avait vu ses revenus augmenter de 6,2 %. Les hausses de revenus proviennent autant des ventes locales, nationales, que du développement commercial.

Puisque l'acquisition du Groupe Vidéotron a permis à Quebecor Média d'acquérir le Groupe TVA (sous réserve de l'approbation du CRTC), et suite à des consultations auprès des instances concernées, la Compagnie a annoncé la décision de mettre en vente le réseau TQS. Toute telle vente sera toutefois conditionnelle à l'approbation du transfert de la licence d'exploitation du réseau de télévision de TVA par le CRTC.

Finalement, en date du 14 décembre 2000, Diffusion Quebecor inc., une filiale en propriété exclusive de Quebecor, a obtenu auprès du CRTC trois licences pour des services spécialisés de télévision de catégorie 2. Ainsi, trois nouveaux canaux numériques verront le jour. Le premier, devant s'appeler Téléservice, aura pour thème les conseils pratiques et les renseignements utiles tels que le bricolage et la rénovation domiciliaire. Le deuxième, Canal Nature, sera consacré aux animaux et à leur environnement. Enfin, le troisième, Canal F, aura pour thème la vie et les intérêts des femmes. Ces trois licences furent consenties à Diffusion Quebecor inc. pour une période de sept ans expirant le 31 août 2007.

4.5 Acquisition stratégique de Groupe Vidéotron

Dans le cadre de l'acquisition stratégique de Groupe Vidéotron complétée par Quebecor Média le 23 octobre 2000, celle-ci a déposé auprès du CRTC une demande de transfert des licences d'exploitation de Vidéotron (câblodistribution) et de Groupe TVA Inc. (télédiffusion). Advenant une décision favorable du CRTC, prévue pour juin 2001, ces actifs s'ajouteront aux propriétés contrôlées par Quebecor Média et feront partie du secteur Câblodistribution et Télédiffusion.

Suite à cette transaction, les activités de télédistribution (Vidéotron) et de télédiffusion (Groupe TVA), lesquelles sont réglementées par le CRTC, sont présentement sous le contrôle de fiduciaires et la Compagnie ne peut intervenir dans leur gestion quotidienne.

Groupe Vidéotron est une entreprise de communications dont les filiales offrent des services de télédistribution, de télécommunications, d'accès Internet, de production télévisuelle et de télédiffusion.

Vidéotron, filiale en propriété exclusive de Groupe Vidéotron, a entrepris ses activités il y a plus de 35 ans. Selon les registres publics du CRTC, Vidéotron était, en date du 31 décembre 2000, la plus grande entreprise de télédistribution au Québec et la troisième en importance au Canada quant au nombre d'abonnés. Vidéotron exploite elle-même des réseaux de télédistribution et de télécommunications dans la province de Québec et exploite aussi de tels réseaux par l'entremise de CF Cable TV inc. (« CF Cable »), sa filiale en propriété exclusive, de Vidéotron (Granby) inc., de Vidéotron (RDL) ltée, de Vidéotron (Richelieu) ltée et de TDM Newco inc., quatre filiales en propriété exclusive de CF Cable ainsi que de Télé-Câble Charlevoix (1977) inc., une filiale de Vidéotron (RDL) ltée, et de Vidéotron (Laurentien) ltée, une filiale en propriété exclusive de TDM Newco inc. (CF Cable et ses filiales étant désignées collectivement « CF Cable »). En date du 31 décembre 2000, Vidéotron et CF Cable comptaient 1 427 293 abonnés à leur service de base. Les activités de télédistribution de Vidéotron et de ses filiales sont régies par le CRTC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada).

En plus des services de télédistribution de base et de base élargi, Vidéotron offre plusieurs services à valeur ajoutée à ses clients. À cet égard, Vidéotron propose des services de télévision payante, des services interactifs par le système Vidéoway, des services de télédistribution optionnels et, pour le compte d'une société membre de son groupe, des services en ligne tels que les services d'accès à Internet, notamment avec accès haute vitesse par modem-câble. Même si les services d'accès à Internet sont une source de revenu pour une société membre du groupe de Vidéotron plutôt que pour Vidéotron, cette dernière croit que son aptitude à offrir et à regrouper ces services l'aide à maintenir ou à accroître la pénétration du service de télédistribution de base et à réduire le taux de rotation des abonnés. Le taux de rotation est généralement exprimé en tant qu'un taux mensuel pour une période de mesure donnée et calculé en divisant le nombre d'abonnés débranchés par le nombre moyen d'abonnés de l'ensemble de la clientèle branchée.

Au cours des dernières années, Vidéotron a modernisé son réseau au Québec pour offrir la bidirectionnalité et approfondir le déploiement de fibres optiques jusqu'à des cellules d'environ 1 000 foyers. En outre, Vidéotron a modernisé la bande passante de son réseau dans certaines régions, notamment la région métropolitaine de Montréal, où elle l'a fait passer à 750 MHz. Ces améliorations lui permettront d'offrir toute la gamme de services actuels et futurs liés à l'autoroute de l'information, bien au-delà de ce que donnerait une extension des services de télédistribution classiques.

Vidéotron comptait, au 31 décembre 2000, près de 3 776 employés à temps plein et à temps partiel au Canada.

Vidéotron (1998) ltée, filiale indirecte en propriété exclusive de Groupe Vidéotron, propose à la clientèle résidentielle des services en ligne tels que les services d'accès Internet, notamment avec accès à haute vitesse par modem-câble. Ces services sont offerts par Vidéotron pour le compte de Vidéotron (1998) ltée.

Vidéotron Télécom ltée (« VTL »), filiale de Groupe Vidéotron, a entrepris ses activités de télécommunications au Québec en 1989. Son réseau comporte plus de 8 000 km de routes de fibre optique englobant des territoires où vit plus de 90 % de la population du Québec. Les ramifications du réseau de VTL permettent une connectivité directe avec les réseaux de l'Ontario, de l'Est du Québec, des Maritimes ainsi que des États-Unis. En plus de répondre aux besoins internes en télécommunications, VTL offre ses services de large bande à une vaste clientèle commerciale et industrielle. Elle assure le transport de la voix, de données et de vidéo, et agit également à titre de grossiste en services de télécommunications à large bande, par exemple pour les sociétés de téléphonie cellulaire et les fournisseurs de services interurbains. Elle transporte aussi les signaux vidéos de télédiffuseurs à travers le Québec sur son réseau de fibre optique et assure des liens dédiés d'un emplacement à l'autre pour des entreprises. VTL assure le réseautage haute vitesse intra-entreprise favorisant l'échange de données entre les différents sites physiques d'une entreprise. En outre, VTL offre des services de téléphonie locale à Montréal et à Québec, des services de téléphonie interurbaine sur tout le territoire desservi, des services téléphoniques comme la carte d'appel et les lignes sans frais, disponibles partout sur le territoire québécois ainsi que des services Internet. Aux services de base d'Internet, tels que l'accès haute vitesse et la sécurité s'ajoute l'hébergement de sites Web depuis juin 1999.

Le 18 octobre 1999 Groupe Vidéotron a, par l'intermédiaire d'une de ses filiales indirecte en propriété exclusive, vendu à Sprint Corporation sa participation dans Videotron (USA), Inc. et ses filiales Wavepath Holdings, Inc. et Videotron (Bay Area), Inc. pour un montant total de 180 millions de dollars américains au comptant.

Groupe Vidéotron est propriétaire des brevets relatifs à la technologie Vidéoway utilisée dans l'exploitation du système Vidéoway. Le système Vidéoway est un système de télécommunications

multimédias qui offre des services de télévision interactive, notamment des jeux vidéo et des émissions éducatives et sportives, et qui est intégré aux services de télédistribution de base ou commercialisé en complément. En date du 31 décembre 2000, Groupe Vidéotron comptait 245 581 abonnés à son service Vidéoway au Canada.

Groupe TVA est la plus grande entreprise de télédiffusion dans la province de Québec eu égard aux parts de marché. Elle est propriétaire et exploitante du Réseau TVA, le plus grand réseau privé de télédiffusion de langue française au Canada, de même que de six stations de télévision, notamment à Montréal et à Québec. Chacune de ces stations domine les cotes d'écoute dans son propre marché, et la station de Montréal se classe au premier rang parmi toutes les stations de télévision canadiennes en regard des heures d'écoute totales par semaine. En date du 31 décembre 2000, Groupe Vidéotron était propriétaire de 99,88 % des titres comportant droit de vote et de 42,61 % des titres de participation de Groupe TVA. Les actions classe B de Groupe TVA sont inscrites à la cote de la Bourse de Toronto pour fins de négociation. Les activités de télédiffusion de Groupe TVA sont régies par le CRTC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada).

La description des activités du Groupe TVA, contenue dans sa notice annuelle datée du 12 décembre 2000, est intégrée aux présentes par renvoi et présentée à l'Annexe B, aux pages B-1 à B-12.

4.6 Secteur Intégration Web-Technologie

Par le biais de nurun, ce secteur offre des solutions de commerce électronique alliant la stratégie, l'intégration technologique, les solutions Internet et la créativité dans Internet, à partir d'établissements situés au Canada, aux États-Unis, en Amérique du Sud et en Europe.

La description des activités de nurun, contenue dans sa notice annuelle datée du 17 mai 2001, est intégrée aux présentes par renvoi et est présentée à l'annexe C, aux pages C-1 à C-6.

Solutions Mindready, une filiale de nurun spécialisée dans les solutions d'ingénierie, d'essai et de communications en temps réel, est devenue société ouverte en décembre 2000. La description des activités de cette entreprise, contenue dans sa notice annuelle datée du 14 mai 2001, est également intégrée aux présentes par renvoi et est présentée à l'annexe D, aux pages D-1 à D-15.

4.7 Secteur Internet-Portails

Ce secteur comprend l'exploitation du réseau de portails CANOE de même que différents sites Internet spécialisés, par l'entremise de la filiale Société en commandite Quebecor Nouveaux Médias, et l'exploitation des portails La Toile du Québec et InfiniT ainsi que différents sites Internet spécialisés, par l'intermédiaire de la filiale Netgraphe.

CANOE est une société de médias Internet canadienne de premier plan qui offre un réseau exceptionnel de sites multimédias verticaux à dénomination distinctive, des communautés en ligne, des services de communication, des applications de commerce électronique et des occasions publicitaires. Le réseau de sites verticaux à dénomination distinctive de CANOE offre un contenu spécialisé et des applications interactives qui répondent aux intérêts et aux besoins particuliers de ses utilisateurs. Les deux principaux sites de CANOE, www.canoe.ca et www.canoe.qc.ca se classent parmi les principaux sites canadiens de langues anglaise et française. L'information et les services offerts par CANOE sont accessibles grâce à de nombreuses voies de distribution, dont Internet, les dispositifs sans fil, les fournisseurs de service Internet, d'autres sites Web et les publications imprimées.

Le site en langue anglaise de CANOE, www.canoe.ca, a été lancé sur Internet en mars 1996 sous le nom de *CANadian Online Explorer*, une initiative conjointe de Toronto Sun Publishing et de Rogers Multi-Media Inc. L'acquisition de Sun Media Corporation à laquelle la Compagnie a procédé en janvier 1999 a permis plusieurs initiatives importantes, dont la création en septembre 1999 d'un réseau de langue française, www.canoe.qc.ca, le lancement de sites urbains à Montréal, Québec, Calgary, Edmonton et Winnipeg, le lancement de Shop.canoe.ca, et le lancement du plus grand site d'annonces classées en ligne du Canada, Classifiedextra.ca/Classeesextra.ca. Voir « Développement général de l'activité – Secteur Internet-Portails » pour d'autres développements récents.

CANOE a développé une stratégie de contenu qui lui est propre et qui consiste à regrouper des produits Web multimédias de marques distinctes au sein d'un réseau Internet de marque nationale exploité en anglais et en français. Ces sites de contenu verticaux autonomes font partie du réseau CANOE et différencient CANOE des autres sociétés de médias en ligne en offrant aux visiteurs une grande variété de sites portant des marques individuelles qui présentent un contenu populaire, une communauté et du commerce 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. En ajoutant à son contenu une communauté et des possibilités de commerce électronique, CANOE est devenue une destination de choix pour les consommateurs et les annonceurs.

Plutôt que de simplement rassembler l'information comme s'il s'agissait d'une marchandise, l'équipe de cyberrédacteurs expérimentés de CANOE assume une fonction à valeur ajoutée de filtrage et d'adaptation du contenu qui distingue CANOE de ses concurrents. Le contenu de CANOE provient de diverses sources, dont une équipe de rédaction en ligne, l'équipe de rédaction et le contenu de Corporation Sun Media, les tiers producteurs de contenu et l'apport de plus de 40 partenariats stratégiques.

Le réseau CANOE se compose notamment des sites verticaux à dénomination distinctive suivants : SLAM! Sports/*CHRONO-Sport*, CANOE Money/*RATIO-Finances*, JAM! Showbiz/*TEMPO-Arts et spectacles*, Lifewise/*Art de vivre*, CNEWS/*TOPO-Info*, C-Health, CANOE Travel, Classifiedextra.ca/Classeesextra.ca, Autonet.ca, Ados, *MATCHContact/Réseau contact* et Shop.canoe.ca. En novembre 2000, Autonet.ca, qui exploite un site Internet entièrement consacré au monde de l'automobile, a lancé officiellement sa version francophone, accessible à www.autonet.ca/français, qui fait maintenant partie intégrante du réseau Internet CANOE.

CANOE tire actuellement la plus grande partie de ses revenus de la vente de publicité, principalement sous la forme de bannières ou de messages de commandite qui paraissent sur des pages au sein du réseau CANOE et de la vente de forfaits aux affiliés du commerce électronique, qui se présentent principalement sous la forme de forfaits de commerce de détail personnalisés qui ciblent les visiteurs de Shop.canoe.ca. D'autres revenus sont tirés de l'octroi de licences relatives à des contenus, d'opérations de commerce électronique et de services de développement Web.

CANOE comptait plus de 100 annonceurs sur son réseau en 2000, et le taux de renouvellement est supérieur à 80 %. Les principaux annonceurs comprennent les suivants : Visa, Compaq, IBM, Ford, General Motors, Colgate-Palmolive, Banque Royale, Ikea, Groome Capital, Motorola, Bell Canada, Bell Mobilité, AT&T, Maison Columbia, Microsoft, Canadian Tire et Fidelity.

L'acquisition de Vidéotron permet à la Compagnie d'ajouter à ses actifs ceux de la société Netgraphe, un éditeur web maintenant coté à la Bourse de Toronto, qui se spécialise dans la création, l'acquisition et la gestion de sites Internet à très fort achalandage. Netgraphe et ses filiales, qui comptent 150 employés, procure à Quebecor Média des propriétés telles que la base de donnée et le moteur de recherche La Toile du Québec, le portail InfiniT.com, le portail d'aide au recrutement Jobboom.com, le

site financier Webfin.com, le quotidien en ligne sur les technologies de l'information Multimédium, et le site spécialisé dans les logiciels disponibles sur Internet Mégagiciel.

En septembre 2000, Netgraphe a annoncé l'acquisition de l'entreprise Progisia Informatique et de sa filiale Force Informatique. Ces entreprises sont spécialisées en intégration de systèmes et offrent une gamme complète de services en technologies de l'information et en commerce électronique. Netgraphe acquit 100 % des actions de Progisia et de Force Informatique pour un montant de 6,5 millions de dollars payable par l'émission de 789 794 nouvelles actions du trésor de Netgraphe à 8,23 \$ l'unité.

La description des activités de Netgraphe, plus amplement contenue dans sa notice annuelle datée du 31 mai 2000, est intégrée aux présentes par renvoi et est présentée à l'annexe E, à la page E-1.

Quebecor Média, via ses filiales Société en commandite Quebecor Nouveaux Médias et Canoe Limited Partnership, a conclu avec Netgraphe, le 20 avril 2001, une convention de regroupement dans le but de regrouper, par échange d'actions, les activités Internet-Portails de Quebecor Média et celles de Netgraphe. Les transactions prévues à cette convention de regroupement ont été avalisées par un comité indépendant de Netgraphe et par son conseil d'administration et seront soumises aux actionnaires de la société pour approbation. Cette réorganisation a pour objectif d'atteindre le plus rapidement possible des synergies entre les entités Internet du nouveau groupe, afin d'en faire bénéficier l'ensemble des actionnaires.

4.8 Retrait du Secteur Produits Forestiers

Jusqu'au 18 avril 2000, la Compagnie détenait 63,1 % des droits de vote dans Donohue, une entreprise intégrée de produits forestiers.

Conformément à une offre d'achat présentée par Abitibi-Consolidated pour l'ensemble des actions en circulation de Donohue, laquelle offre fut déposée publiquement le 25 février 2000, la Compagnie a vendu la totalité de ses actions de Donohue en contrepartie d'une somme de 12,00 \$ comptant et 1,8462 actions d'Abitibi-Consolidated pour chaque action de Donohue qu'elle détenait.

Suite à cette transaction, la Compagnie détient environ 11 % des actions et des droits de vote d'Abitibi-Consolidated.

Étant donné que la Compagnie ne détient pas le contrôle d'Abitibi-Consolidated et n'y exerce pas une influence sensible après la transaction décrite plus haut, le secteur Produits forestiers a été considéré comme une activité abandonnée à compter du premier trimestre 2000.

4.9 Approvisionnement en papier

Le papier est la principale matière première utilisée par les secteurs Journaux et Loisirs et divertissement. Le prix du papier étant volatile, la Compagnie se sert, directement ou indirectement, de son pouvoir d'achat, à titre d'un des acheteurs les plus importants du secteur de l'imprimerie, pour obtenir les meilleurs prix et conditions, le meilleur service et le contrôle de la qualité le plus élevé possible. De plus, elle négocie avec un nombre restreint de fournisseurs afin de tirer le maximum de son pouvoir d'achat. La Compagnie estime qu'elle dispose d'un bassin de fournisseurs de papier et d'encre suffisant pour répondre aux besoins de ses clients.

4.10 Ressources humaines

Au 31 mars 2001, Quebecor comptait environ 57 000 employés, œuvrant dans plus de 15 pays et répartis par secteur d'activité comme suit :

Secteur d'activité	Nombre total d'employés	Nombre d'employés régis par une convention collective	Nombre de conventions collectives
Imprimerie	43 000	21 000	102 ⁽¹⁾
Journaux	5 846	1 616	51 ⁽²⁾
Loisir et divertissement	1 671	101	5 ⁽³⁾
Télédiffusion ⁽⁵⁾	5 325	3 881	21 ⁽⁴⁾
Intégration Web-Technologie	1 202	0	0
Internet-Portails	315	0 ⁽⁶⁾	0

(1) De ce nombre, 17 conventions collectives régissant 2 835 employés sont venues ou viendront à échéance d'ici la fin de l'année 2001.

(2) De ce nombre, 20 conventions collectives régissant 568 employés sont venues ou viendront à échéance d'ici la fin de l'année 2001.

(3) De ce nombre, 2 conventions collectives régissant 17 employés sont venues ou viendront à échéance d'ici la fin de l'année 2001.

(4) De ce nombre, 6 conventions collectives régissant 824 employés sont venues ou viendront à échéance d'ici la fin de l'année 2001.

(5) En faisant abstraction de l'acquisition de Groupe Vidéotron par Quebecor Média, le nombre total d'employés du secteur Télédiffusion serait de 509, dont 400 sont régis par 5 conventions collectives et de ce nombre 4 conventions collectives régissant 335 employés sont venues ou viendront à échéance d'ici la fin de l'année 2001.

(6) Une requête en accréditation visant 22 employés est pendante.

La Compagnie croit que ses relations avec ses employés et les syndicats sont bonnes. Ce climat de travail positif a permis de conclure, au cours de la dernière année, des négociations sans conflit de travail.

4.11 Réglementation environnementale

Quebecor est assujettie à certaines politiques ainsi qu'à la réglementation édictée en vertu de diverses lois qui ont trait à la santé et à la sécurité des employés, à la production, à l'entreposage, au transport, à l'élimination et au rejet de diverses substances, et à la protection de l'environnement en général. Quebecor est d'avis qu'elle respecte, à tous égards importants, ces lois. De plus, elle ne prévoit pas que le respect de réglementations et lois environnementales aura une incidence négative importante sur sa situation concurrentielle ou financière consolidée.

RUBRIQUE 5 PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

5.1 Informations financières pour les trois derniers exercices

	Exercices clos les 31 décembre (en millions de dollars canadiens, à l'exception des données par action)		
	2000 ⁽¹⁾	1999 ⁽²⁾ (redressé)	1998 (redressé)
Revenus	10 914,8 \$	8 440,3 \$	6 173,5 \$
Bénéfice net ⁽³⁾	1 084,4	477,3	172,3
Bénéfice par action ⁽³⁾	16,78 \$	7,37 \$	2,64 \$
Bénéfice dilué par action ⁽³⁾	16,78	7,37	2,64
Dividendes par action	0,51	0,48	0,44
Emprunts à long terme	4 333,5 \$	5 860,4 \$	3 003,5 \$
Actif total	17 603,3	15 246,9	9 889,6

5.2 Informations trimestrielles

(Chiffres non vérifiés)

(en millions de dollars canadiens à l'exception des données par action)

2000 ⁽¹⁾	mars	juin	septembre	décembre
Revenus	2 641,7 \$	2 601,2 \$	2 716,2 \$	2 955,7 \$
Bénéfice net	22,9	276,7	54,2	730,6
Bénéfice par action	0,36	4,28	0,84	11,30
Bénéfice dilué par action	0,36	4,28	0,84	11,30
1999 ⁽²⁾	mars (redressé)	juin (redressé)	septembre (redressé)	décembre (redressé)
Revenus	1 607,3 \$	1 667,1 \$	2 118,0 \$	3 047,9 \$
Bénéfice net	22,8	265,9	44,5	144,1
Bénéfice par action	0,35	4,10	0,69	2,23
Bénéfice dilué par action	0,35	4,10	0,69	2,23

⁽¹⁾ Les chiffres de l'exercice clos le 31 décembre 2000 comprennent, pour les deux derniers mois de cet exercice, la contribution des filiales non-réglementées de Groupe Vidéotron acquis le 23 octobre 2000, les filiales réglementées sont présentées à la valeur de consolidation étant sous contrôle fiduciaire. Le 18 avril 2000, aux termes d'accords conclus au préalable entre Abitibi-Consolidated, Donohue et Quebecor, Abitibi-Consolidated a acheté la totalité des actions en circulation de Donohue dans le cadre d'une opération réglée en espèces et en actions de Abitibi-Consolidated. Quebecor a ainsi cédé sa position de contrôle dans Donohue en échange d'une somme de 317 millions de dollars et d'une participation d'environ 11 % dans Abitibi-Consolidated. La transaction consistait en une prise de contrôle inversée d'Abitibi-Consolidated par Donohue, les actionnaires de Donohue ayant reçu dans l'échange un nombre d'actions d'Abitibi-Consolidated leur permettant d'exercer le contrôle de celle-ci. À la suite de cette transaction et étant donné que Quebecor n'a ni le contrôle de Abitibi-Consolidated, ni une influence notable sur celle-ci, le secteur Produits forestiers est considéré comme une activité abandonnée depuis le premier trimestre de 2000. Les résultats et les flux de trésorerie des exercices antérieurs ont été redressés en conséquence.

⁽²⁾ Les chiffres de l'exercice clos le 31 décembre 1999 comprennent, pour l'exercice entier, la contribution de Corporation Sun Media, acquise le 7 janvier 1999 ainsi que pour les quatre derniers mois de cet exercice, la contribution de World Color

Press, Inc., acquise le 20 août 1999, et pour les deux derniers mois de cet exercice, la contribution de nurun, acquise le 1^{er} novembre 1999.

- (3) Le bénéfice net et les montants par action correspondants pour les exercices 2000, 1999 et 1998 incluent des éléments non récurrents ainsi que les résultats liés à l'activité abandonnée. Si l'on excluait ces derniers, le bénéfice net ainsi que les montants par action correspondants auraient été comme suit: 136,3 millions de dollars ou 2,11 \$ par action (2,11 \$ sur une base diluée) en 2000, 140,8 millions de dollars ou 2,17 \$ par action (2,17 \$ sur une base diluée) en 1999 et 128,1 millions de dollars ou 1,96 \$ par action (1,96 \$ sur une base diluée) en 1998.

5.3 Dividendes

La Compagnie déclare et verse des dividendes sur une base trimestrielle. Chaque action catégorie A et chaque action catégorie B ont droit de recevoir les dividendes que le conseil d'administration détermine, d'un montant identique, à la même date et en la même forme, tout comme si ces actions ne constituaient que des actions d'une seule catégorie. Les conventions régissant certains crédits bancaires conclus par certaines filiales de Quebecor prévoient des restrictions quant au paiement de dividendes par ces filiales dans certaines circonstances.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000, les dividendes déclarés et versés par la Compagnie sur les actions catégorie A et sur les actions subalternes catégorie B ont totalisé 0,51 \$ par action et, pour l'exercice terminé le 31 décembre 1999, ils avaient totalisé 0,48 \$ par action.

Les renseignements concernant les dividendes et les restrictions quant au paiement de ceux-ci i) relatifs à Quebecor World, contenus à la notice annuelle de Quebecor World datée du 16 mai 2001, sont intégrés aux présentes par renvoi et sont présentés à l'annexe A (à la page A-15), ii) relatifs au Groupe TVA, contenus à sa notice annuelle datée du 12 décembre 2000, sont intégrés aux présentes par renvoi et sont présentés à l'annexe B (à la page B-13), iii) relatifs à nurun et à Solutions Mindready, contenus à leur notice annuelle datée du 17 mai 2001 et du 14 mai 2001, respectivement, sont intégrés aux présentes par renvoi et sont présentés aux annexes C (à la page C-7) et D (à la page D-16), et iv) relatifs à Netgraphe, contenus à sa notice annuelle datée du 31 mai 2000, sont intégrés aux présentes par renvoi et sont présentés à l'Annexe E (à la page E-2).

RUBRIQUE 6 ANALYSE PAR LA DIRECTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION

L'Analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation qui figure à la rubrique Analyse de l'exploitation du Rapport annuel 2000 de la Compagnie est intégrée aux présentes par renvoi et est présentée à l'annexe F, aux pages F-1 à F-12.

RUBRIQUE 7 MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Les actions catégorie A et les actions catégorie B de la Compagnie sont inscrites à la Bourse de Toronto.

RUBRIQUE 8 ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS

8.1 Administrateurs

Le conseil d'administration de la Compagnie est présentement composé de onze (11) administrateurs. Le mandat de chacun d'eux se termine lors de l'élection de son successeur, à moins qu'il ne démissionne ou que son poste ne devienne vacant pour cause de décès, destitution, ou autre raison. Le tableau qui suit donne, au 1^{er} mai 2001, le nom des administrateurs de la Compagnie, leur municipalité de résidence, leur occupation principale, de même que l'année où ils sont devenus administrateurs de la Compagnie.

ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE A		
Nom et municipalité de résidence	Occupation principale	Administrateur depuis
Charles G. Cavell ⁽¹⁾ Westmount (Québec)	Président et chef de la direction, Quebecor World (imprimeur commercial)	1991
Pierre Legrand, c.r. ⁽²⁾⁽³⁾ Ile-des-Sœurs, Verdun (Québec)	Associé principal, Ogilvy Renault (avocats)	1993
Raymond Lemay ⁽¹⁾ Ville d'Anjou (Québec)	Administrateur de sociétés	1989
Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D. Westmount (Québec)	Associé principal, Ogilvy Renault (avocats) et président du conseil de Corporation Sun Media (société d'édition de journaux)	1999
Jean Neveu ⁽¹⁾ Longueuil (Québec)	Président du conseil de la Compagnie et président du conseil, Quebecor World (imprimeur commercial)	1988
Érik Péladeau ⁽¹⁾ Rosemère (Québec)	Vice-président du conseil de la Compagnie, vice-président du conseil de Quebecor Média (entreprise de communications) et président du conseil, Groupe Lelys inc. (imprimeur spécialisé dans les étiquettes)	1988
Pierre Karl Péladeau ⁽¹⁾ Montréal (Québec)	Président et chef de la direction de la Compagnie, président et chef de la direction de Quebecor Média (entreprise de communications) et président du conseil de nurun (consultants de gestion en technologie de l'information)	1992
Charles-Albert Poissant, C.M., FCA ⁽¹⁾⁽³⁾ Montréal (Québec)	Administrateur de sociétés	1988

ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE B		
Nom et municipalité de résidence	Occupation principale	Administrateur depuis
Alain Bouchard ⁽³⁾ Ville Lorraine (Québec)	Président du conseil, président et chef de la direction, Alimentation Couche-Tard inc. (chaîne de dépanneurs)	1997
Pierre Laurin ⁽²⁾ Ile-des-Sœurs, Verdun (Québec)	Administrateur invité, École des hautes études commerciales (HEC) (enseignement universitaire)	1991

ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE B

Nom et municipalité de résidence	Occupation principale	Administrateur depuis
Claire Léger ⁽²⁾ Wesmount (Québec)	Présidente du conseil, Groupe St-Hubert inc. (chaîne de restaurants et fabrication de produits alimentaires)	1982

(1) Membre du comité exécutif.

(2) Membre du comité de vérification.

(3) Membre du comité de rémunération.

Au cours des cinq dernières années, chacun des administrateurs mentionnés ci-dessus a exercé l'occupation principale indiquée en regard de son nom ou d'autres fonctions similaires au sein de la même entreprise à l'exception de Pierre Laurin qui fut vice-président du conseil et directeur général de Merrill Lynch de janvier 1987 à janvier 1999, de Raymond Lemay qui fut vice-président exécutif de Quebecor d'avril 1990 à janvier 1999 et de Charles-Albert Poissant qui fut président du conseil de Donohue d'octobre 1992 à avril 2000.

8.2 Membres de la haute direction

Le tableau suivant présente le nom des membres de la haute direction, leur municipalité de résidence et leur poste au sein de la Compagnie en date du 1^{er} mai 2001 :

<u>Nom et municipalité de résidence</u>	<u>Poste au sein de la Compagnie</u>
Jean Neveu Longueuil (Québec)	Président du conseil
Érik Péladeau Rosemère (Québec)	Vice-président du conseil
Pierre Karl Péladeau Montréal (Québec)	Président et chef de la direction
Monique Leroux Outremont (Québec)	Premier vice-président exécutif et chef de l'exploitation
Claude Hélie Longueuil (Québec)	Vice-président exécutif et chef de la direction financière
Luc Lavoie Montréal (Québec)	Vice-président exécutif, affaires corporatives
Marc Doré Kirkland (Québec)	Vice-président, fiscalité et services immobiliers
Marc Girard Île-des-Sœurs, Verdun (Québec)	Vice-président et trésorier
Jocelyn Pépin La Prairie (Québec)	Vice-président et contrôleur
Louis Saint-Arnaud Mont St-Hilaire (Québec)	Vice-président, affaires juridiques et secrétaire
Julie Tremblay Montréal (Québec)	Vice-présidente, ressources humaines

Nom et municipalité de résidence

Sylvain Paré
Laval (Québec)

Claudine Tremblay
Ile-des-Soeurs, Verdun (Québec)

Poste au sein de la Compagnie

Directeur principal, développement corporatif et
projets spéciaux

Directeur, secrétariat corporatif et secrétaire adjoint

Tous les dirigeants ont exercé la fonction et l'occupation principale indiquées ci-dessus, ou ont exercé d'autres occupations principales au sein de Quebecor, au cours des cinq dernières années, sauf Monique Leroux, qui fut successivement premier vice-président, finances, Banque Royale du Canada (de juillet 1995 à juin 1997) et premier vice-président, Québec, Banque Royale du Canada (de juillet 1997 à mai 2000); Claude Hélie, qui fut vice-président et chef de la direction financière de Donohue (de juillet 1994 à avril 2000); Luc Lavoie, qui fut successivement associé-directeur, Cabinet de relations publiques National (janvier 1993 à août 1997) et vice-président exécutif, Cabinet de relations publiques National (d'août 1997 à décembre 2000); Marc Doré, qui fut successivement directeur de la fiscalité de Donohue (de décembre 1996 à mai 2000) et directeur de la fiscalité de Quebecor World (de mai 2000 à mars 2001); Marc Girard, qui fut successivement trésorier adjoint, BCE Inc. (de mai 1994 à avril 1998), vice-président finances et planification des marchés (Québec), Bell Canada (de mai 1998 à janvier 1999), vice-président, finances (technologie et exploitation du réseau), Bell Canada (de février 1999 à avril 2000) et premier vice-président et chef des services financiers, BCE Média Inc. (d'avril 2000 à février 2001); Jocelyn Pépin, qui fut successivement vice-président et contrôleur, Produits Forestiers Alliance inc. (de mai 1994 à août 1998), contrôleur corporatif, Donohue (d'août 1998 à juin 2000) et directeur-comptabilité de fabrication, Abitibi-Consolidated (de juillet 2000 à février 2001); et Sylvain Paré, qui a occupé différents postes au sein de la Banque Royale du Canada depuis près de 11 ans, dont le poste de premier directeur de différents services au cours des cinq dernières années et celui de premier directeur de marché et de chef d'équipe – produits industriels, entreprises commerciales – Québec (de novembre 1999 à février 2001).

Au 1^{er} mai 2001, les dirigeants et les administrateurs de la Compagnie, en tant que groupe, détenaient, à titre de véritables propriétaires, directement ou indirectement, ou contrôlaient 17 517 414 actions catégorie A (soit 73,24 % des actions catégorie A) et 142 204 actions subalternes catégorie B (soit 0,35 % des actions subalternes catégorie B) de la Compagnie, 44 627 actions subalternes comportant droit de vote (soit 0,05 % des actions subalternes comportant droit de vote) et 800 actions privilégiées série 4 (soit 0,01 % des actions privilégiées série 4) de Quebecor World et 115 actions ordinaires (soit moins de 0,01 % des actions ordinaires) de nurun.

RUBRIQUE 9 RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

D'autres informations, dont celles sur la rémunération et l'endettement des administrateurs et des dirigeants, sur les principaux porteurs des titres de la Compagnie, sur les options d'achat de titres de même que sur la participation d'initiés dans des opérations importantes, le cas échéant, sont contenues dans la Circulaire de sollicitation de procurations de la direction préparée dans le cadre de l'assemblée annuelle et extraordinaire des actionnaires de la Compagnie tenue le 3 mai 2001. D'autres renseignements financiers sont compris dans les états financiers comparatifs consolidés et dans les notes s'y rapportant pour l'exercice clos le 31 décembre 2000. On peut obtenir des exemplaires de ces documents en adressant une demande au service des communications de la Compagnie, 612, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec) H3C 4M8, ou en téléphonant au (514) 877-5130.

En outre, lorsque les titres de la Compagnie font l'objet d'un placement en vertu d'un prospectus simplifié ou lorsqu'un prospectus simplifié provisoire est déposé, les documents suivants peuvent être obtenus, sans frais, auprès du service des communications de la Compagnie:

- i) un exemplaire de la notice annuelle, ainsi qu'un exemplaire de tout document ou de toute partie d'un document incorporé par renvoi dans ladite notice annuelle;
- ii) un exemplaire des états financiers comparatifs de la Compagnie portant sur son dernier exercice terminé et du rapport des vérificateurs y afférent, ainsi qu'un exemplaire des états financiers trimestriels de la Compagnie postérieurs aux états financiers portant sur son dernier exercice terminé;
- iii) un exemplaire de la circulaire de sollicitation de procurations de la Compagnie relative à la dernière assemblée annuelle de ses actionnaires au cours de laquelle a eu lieu l'élection d'administrateurs; et
- iv) un exemplaire de tout autre document qui est incorporé par renvoi dans le prospectus simplifié provisoire ou dans le prospectus simplifié.

À tout autre moment, un exemplaire des documents mentionnés en i), ii), et iii) ci-dessus sera fourni, sans frais, en adressant une demande au service des communications de la Compagnie.

ANNEXE A

PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE QUEBECOR WORLD INC.

RUBRIQUE 3 – DESCRIPTION NARRATIVE DE L'ACTIVITÉ

La Société possède un parc de rotatives et de presses à feuilles pour l'impression en offset et en héliogravure d'une grande variété d'imprimés, tels que les magazines, encarts publicitaires, catalogues, imprimés spéciaux et publipostage, les livres, les services prémédias, la logistique et autres services à valeur ajoutée ainsi que les annuaires. Les services d'impression, notamment la conception, la production et la distribution, sont offerts depuis plus de 160 imprimeries et ateliers spécialisés répartis à travers les États-Unis, le Canada, la France, le Royaume-Uni, l'Espagne, la Suisse, la Suède, la Finlande, l'Autriche, le Brésil, le Chili, l'Argentine, le Pérou, la Colombie, le Mexique et l'Inde.

3.1 DESCRIPTION DES PRODUITS ET DES SECTEURS

Description des secteurs

La Société exerce ses activités dans le secteur de l'imprimerie. Ses unités d'exploitation sont situées dans quatre secteurs géographiques principaux comme suit :

	Exercices terminés les 31 décembre			
	2000		1999	
	\$	%	\$	%
	(en millions de dollars)			
Revenus :				
États-Unis	4 475,5	68	2 938,4	59
Canada	1 049,8	16	972,4	20
Amérique du Nord.....	5 525,3	84	3 910,8	79
Europe	890,4	14	944,9	19
Amérique latine	112,0	2	95,8	2
Autres et Intersectoriel	(6,6)	-	1,0	-
Total.....	<u>6 521,1</u>	<u>100</u>	<u>4 952,5</u>	<u>100</u>
Bénéfice d'exploitation* :				
États-Unis	518,2	72	289,3	61
Canada	109,8	15	95,4	20
Amérique du Nord.....	628,0	87	384,7	81
Europe	61,0	8	68,1	14
Amérique latine	6,5	1	7,6	2
Autres	29,2	4	12,1	3
Total	<u>724,7</u>	<u>100</u>	<u>472,5</u>	<u>100</u>

*Avant dépenses de réorganisation et autres frais.

L'impression commerciale est une industrie manufacturière fortement fragmentée et à forte concentration de capital. L'imprimerie en Amérique du Nord et en Europe fait l'objet d'une forte concurrence dans la plupart des catégories de produits et des secteurs géographiques. De plus, avec des conditions économiques favorables et des dépenses de consommation à la hausse en Amérique latine, le marché de l'imprimerie et de la publicité imprimée devrait connaître une forte croissance à court et à moyen termes. La Société croit que les dix concurrents les plus importants du marché de l'impression commerciale en Amérique du Nord et en Europe possèdent, dans l'ensemble, moins de 20 % du total de chacun de leurs marchés respectifs. En Amérique du Nord seulement, on compte plus de 52 000 imprimeurs commerciaux.

Les imprimeurs commerciaux ont tendance à se livrer concurrence dans chaque catégorie de produits en fonction du prix, de la qualité et de la capacité de réponse aux besoins spéciaux des clients. Les concurrents de petite taille en sont réduits de façon générale à servir des clients dans une catégorie précise de produits à l'intérieur d'un marché régional. Les imprimeurs commerciaux de plus grande taille

et plus diversifiés possédant une couverture géographique plus large sont en mesure d'offrir à leurs clients nationaux et internationaux une gamme multiple de produits.

La direction croit que les marchés de l'impression en Amérique du Nord et en Europe se regrouperont et que des cibles d'acquisition continueront de se présenter au fur et à mesure que les imprimeurs commerciaux plus importants supplanteront les imprimeurs de taille moyenne et les concurrents régionaux. En Amérique latine, où les tendances de l'industrie vont dans le même sens que l'évolution historique en Amérique du Nord, il devrait également y avoir des possibilités d'acquisition. Au cours de la dernière décennie, les éditeurs nord-américains ont confié leurs activités d'impression à la sous-traitance. Cette tendance ne fait que commencer en Europe, comme le démontre la décision prise par Associated Newspapers en 1995 de confier ses activités d'impression en sous-traitance à la Société. Cette séparation des fonctions d'éditeur et d'imprimeur devrait procurer aux imprimeurs indépendants un plus grand nombre de possibilités d'acquisition et leur permettre d'obtenir des contrats d'imprimerie de clients antérieurement captifs. La direction croit que la Société est en bonne position pour continuer de tirer avantage du mouvement de regroupement des sociétés d'impression commerciale en Amérique du Nord, en Europe et en Amérique latine.

La Société est l'un des rares imprimeurs commerciaux en mesure de desservir des clients à l'échelle régionale, nationale et mondiale. Cette situation lui a donc permis de s'implanter solidement dans chacun des secteurs des États-Unis, du Canada et de l'Europe et de poursuivre son expansion en Amérique latine.

Aux États-Unis, la Société est le plus gros imprimeur commercial, avec plus de 90 ateliers et quelque 30 000 employés dans 29 États. Elle est un chef de file dans l'impression de livres, de magazines, d'encarts publicitaires, de catalogues, d'imprimés spéciaux et de publipostage.

La Société est le plus gros imprimeur commercial du Canada, avec 37 ateliers répartis dans 6 provinces et plus de 6 700 employés. Elle offre un large éventail de produits imprimés et de services connexes à valeur ajoutée au marché national et à l'échelle internationale et elle réalise des exportations substantielles vers les États-Unis.

En Europe, la Société est active en France, en Suisse, au Royaume-Uni, en Espagne, en Suède, en Autriche et en Finlande, avec 29 ateliers et quelque 5 800 employés, servant une clientèle répartie dans 13 pays européens. Elle est le plus gros imprimeur commercial indépendant d'Europe et se classe au quatrième rang des imprimeurs de magazines et de catalogues au Royaume-Uni. La Société est aussi active en Amérique latine, avec neuf ateliers et environ 1 300 employés, et en Inde, avec un atelier et 60 employés.

Description des produits

Les revenus de la Société par type de produits sont indiqués dans le tableau suivant :

	Exercices terminés les 31 décembre			
	2000		1999	
	\$	%	\$	%
	(en millions de dollars)			
Magazines.....	1 817,1	28	1 463,9	29
Encarts publicitaires	1 168,1	18	1 041,5	21
Catalogues	1 065,8	16	770,5	15
Imprimés spéciaux et publipostage.....	920,3	14	530,7	11
Livres.....	790,9	12	634,4	13
Services prémédias, logistique et autres services à valeur ajoutée.....	405,9	6	277,1	6
Annuaire	353,0	6	234,4	5
Total	<u>6 521,1</u>	<u>100</u>	<u>4 952,5</u>	<u>100</u>

Magazines

La Société est le plus gros imprimeur de magazines d'intérêt général du monde. Elle imprime plus de 1 000 titres, notamment : *Time*, *Travel Holiday*, *Sports Illustrated*, *People*, *Fortune*, *Money*, *TV Guide*, *Southern Living*, *Car and Driver*, *Le Figaro Magazine*, *First for Women*, *Reader's Digest*, *Maclean's*, *L'Actualité*, *Châtelaine*, *Flare*, *7 jours*, *T.V. Week*, *Stay Well*, *Western Living*, *Vancouver Magazine*, *Wine Spectator*, *Ebony*, *ESPN*, *Woman's Day*, *Good Housekeeping*, *Elle*, *Rolling Stone*, *National Geographic*, *Newsweek*, *US News*, *Cosmopolitan*, *GQ*, *Vogue*, *Forbes*, *Forbes Global*, *You*, *OK Weekly*, *Aftonbladet*, *Expressen*, *LRF Media*, *Anttila*, *Kvickly* et *Bilka*, de même que tous les magazines publiés par la société mère. La Société imprime 46 pour cent des 125 meilleurs magazines d'Amérique du Nord. Elle exploite une plateforme d'impression mondiale comportant des établissements aux États-Unis, au Canada, en Europe et en Amérique latine.

Selon la direction, la Société est le chef de file de l'industrie dans la production de suppléments des journaux de fin de semaine, c'est-à-dire des magazines en quatre couleurs insérés dans les journaux de fin de semaine de grands marchés. La Société imprime deux suppléments, *Parade* et *USA Weekend*, insérés simultanément dans un grand nombre de journaux de fin de semaine en plus des suppléments des journaux de fin de semaine publiés et distribués localement. Elle imprime aussi trois tabloïdes hebdomadaires : *Globe*, *The Sun* et *Examiner*. Au Royaume-Uni, la Société est le plus important fournisseur de suppléments de fin de semaine pour *Associated Newspapers*, *Mirror Group Newspapers* et *Guardian Newspapers*.

La Société a investi dans la technologie du prémédia (gravure directe des plaques) et des presses afin d'accroître sa capacité de servir ce marché. La Société est avantagée eu égard à la production de magazines de moyen à grand tirage parce que ses ateliers disposent de capacités d'impression par jet d'encre et de reliure sélective et peuvent faire appel au système d'analyse de courrier de la Société.

La Société imprime également des bandes dessinées pour des sociétés de premier plan comme *D.C. Comics*. Dans le marché de la bande dessinée, la Société exploite un système de gestion par ordinateur en mode interactif qui fournit aux éditeurs des renseignements sur le degré d'avancement de la production et de la distribution de chacune de leurs publications. En 1993, la Société a mis sur pied Quebecor Printing Comic Book Group afin de consolider ses activités dans ce secteur.

Encarts publicitaires

Les principaux clients de la Société dans le secteur des encarts publicitaires comprennent les grands commerces de détail tels que *Sears*, *Wal-Green*, *K-Mart*, *Home Depot*, *Staples*, *Rite-Aid*, *Ames*, *Wal-Mart*, *CVS*, *Bradlee's*, *Sports Authority*, *JC Penney*, *Shoppers Drug Mart*, *Canadian Tire*, *Radio Shack*, *Provigo*, *Carrefour*, *RONA*, *The Brick Waterhouse Corporation*, *CFA – Carrefour*, *Continent*, *But*, *Conforama*, *Leclerc* et *Auchan*. En Amérique du Nord, les 14 imprimeries à procédé héliogravure de la Société offrent à la fois un réseau de fabrication d'un océan à l'autre et les capacités pour les grands tirages nécessaires afin de servir les commerces de détail de plus grande taille. La Société possède quatre ateliers à procédé héliogravure en France et deux dans les pays nordiques. Au Canada, la Société imprime des encarts et circulaires en utilisant le procédé offset en continu avec sécheur ou sans sécheur ou le procédé héliogravure, selon les exigences des clients. La Société offre également la gravure numérique et les procédés de prépresse connexes qui améliorent la qualité tout en abrégant le délai de mise sur le marché.

Le secteur canadien de la Société a récemment étendu la portée d'un contrat d'impression en vue de créer et de distribuer la première circulaire électronique personnalisée publiée sur Internet. La Société a collaboré avec Intellia à l'élaboration de la circulaire électronique et d'un site Web sous-jacent pour Canadian Tire, important détaillant de pièces automobiles et de quincaillerie.

Catalogues

La Société est le plus gros imprimeur de catalogues du monde. Elle imprime plusieurs centaines de catalogues différents sur une base annuelle pour de nombreux commerces de détail qui utilisent le publipostage en Amérique du Nord, tels *L.L. Bean, Sharper Image, Spiegel, Day-Timer, Ikea, Hanover Direct, Fingerhut, Bloomingdale's, Lillian Vernon, Office Depot, Executive Greetings, Scholastic, Blair, Chadwick's, Sears, Avon, Zellers, Neiman Marcus, Frederick's of Hollywood* et *Viking Office Products*. La Société offre des services spécialisés pour les catalogues, tels que des services de constitution de listes qui aident les clients à compiler des listes efficaces en vue de la distribution, la capacité de reliure sélective qui permet aux clients de varier le contenu des catalogues selon les profils démographiques et d'achat de leur clientèle, et l'adressage et l'impression de messages par jet d'encre qui permettent de personnaliser les envois pour chaque destinataire. Cette technologie compense partiellement l'augmentation des frais postaux en éliminant des pages de produits qui ne répondent pas au profil démographique ou d'achat d'un consommateur. Le réseau mondial de la Société lui permet d'offrir à ses clients un guichet unique pour tous leurs besoins en matière de catalogues en Amérique du Nord, en Europe et en Amérique latine.

Imprimés spéciaux et publipostage

Les produits dans ces catégories comprennent les rapports annuels, prospectus d'entreprise, documents promotionnels, calendriers, affiches, publipostage, promotions et couvertures de catalogue très personnalisées pour le secteur de l'automobile et autres produits spéciaux. Les presses à feuilles et en continu de plus petit format permettent à la Société d'offrir des couleurs personnalisées, des vernis, des finis et des reliures spécialisées, selon les besoins, pour produire une grande variété d'imprimés. La Société procure à ses clients un grand nombre de services reliés à l'impression dont la typographie, le prépresse, la préparation postale, la gestion de listes, l'envoi et la distribution, notamment par le biais de la publication assistée par ordinateur et du prémédia électronique.

Quebecor Merrill Canada Inc. offre les services d'impression de documents financiers, prospectus, rapports annuels et imprimés similaires.

Au mois d'août 1996, la Société annonçait l'ouverture du site Web du secteur canadien. Ce site donne aux clients de la Société et au grand public un accès direct ainsi que de l'information sur ses produits, ses installations, sa couverture géographique et ses ressources.

La création de Quebecor Direct et les acquisitions en 1996 et 1997 de Les Jeux de cartes Graphica inc. (Sherbrooke), et de Petty Co. (Effingham), après celles de Eagle Printing (Kansas City) et de Sayers Communications (St. Louis) ont renforcé la position de la Société dans le secteur des imprimés spéciaux et du publipostage, secteur qui présente un fort potentiel de croissance. Quebecor Direct s'est établie comme chef de file sur le marché international pour ce qui est des versions personnalisées, l'adressage par jet d'encre, de la technologie de l'impression à la demande et des techniques de gravure directe des plaques, éléments essentiels à la production personnalisée et à la compression des temps de production qu'exigent aujourd'hui les clients.

Le 14 novembre 1997, la Société annonçait la création d'une nouvelle division, appelée Quebecor Direct Fragrance & Cosmetics Division, afin de fournir à l'industrie des cosmétiques et du parfum des produits spécialisés et des services de commercialisation connexes.

En mars 2000, la Société a vendu à Q-Media de Vancouver les activités nord-américaines de Print Northwest, son entreprise de duplication de CD-ROM, vente dont elle a tiré un produit net en espèces de 44 millions de dollars. Selon la direction, ce désinvestissement s'inscrit dans la stratégie de la Société, qui consiste à se concentrer sur ses activités principales.

Livres

La Société est le principal fabricant de livres de l'Amérique du Nord. La Société a acquis Arcata Corporation en juillet 1994 et en a combiné les cinq ateliers à ses installations de fabrication de livres pour former le Groupe Livres. Le Groupe Livres est un chef de file de l'industrie quant à l'application de nouvelles technologies de production de livres, dont le prémédia électronique, le réseautage d'information, l'impression numérique, la gravure directe des plaques et l'échange électronique de données. Dotée d'ateliers aux États-Unis, en Espagne et en Amérique latine, la Société sert, à l'échelle internationale, plus de 1 000 clients éditeurs, dont *Random House*, *Simon & Schuster*, *Scholastic*, *Thomas Nelson Publishers*, *AOL/Time Warner*, *McGraw-Hill*, *Pearson*, *Houghton-Mifflin*, *Harlequin*, *Grolier*, *HarperCollins* et *Reader's Digest*.

Dans le cadre de son approche de service complet, la Société a accru sa présence sur le marché de l'impression sur demande par des investissements en capital ainsi que par le biais de l'acquisition de William C. Brown en 1997. Ce service permet de produire rapidement et à prix relativement peu élevé de petites quantités de livres, de brochures, de documents techniques et d'autres imprimés semblables.

Services prémédias, logistique et autres services à valeur ajoutée

La Société est un chef de file dans la transition du prépresse classique à une production entièrement numérique, fournissant l'éventail complet des services de préparation de films ou numérique allant du montage et de la sélection des couleurs traditionnels au prémédia entièrement numérique ultraperfectionné, ainsi que des services prémédias en émergence et de l'archivage numérique. Nos installations numériques et de prémédia spécialisées, qui sont situées stratégiquement près des installations des clients, et dans certains cas sur les lieux, permettent à nos clients de bénéficier de services préparatoires de grande qualité 24 heures sur 24, reliés directement aux diverses installations d'impression de la Société. En outre, nos systèmes informatiques permettent à la Société d'échanger des images et du texte par voie électronique directement entre la Société et les établissements des clients. Les établissements de prémédia intégrés procurent à la Société des avantages concurrentiels par rapport aux ateliers de prépresse traditionnels qui ne peuvent fournir le même niveau de services intégrés.

En avril 2000, la Société a annoncé la formation de la division Que-Net Media. Que-Net Media rassemble toutes les technologies numériques et tous les actifs prémédias de la Société afin de mieux canaliser ces ressources vers l'offre d'une gamme plus complète de solutions destinées au bassin de clientèle de la Société. Cette division misera sur le réseau existant de centres de services prémédias de la Société pour croître en établissant un réseau international de centres de services numériques grâce au développement et à l'expansion de ses centres actuels de services prémédias et de photographie numérique. Que-Net Media est actuellement établie en Amérique du Nord avec quinze usines.

La mise sur pied de Quebecor World Logistics a fait de la Société l'entreprise de transport d'imprimés la plus grande et la plus avancée sur le plan technologique, ainsi que le plus gros expéditeur utilisant les services postaux des États-Unis. Les services de logistique complets de Quebecor World Logistics établis près de l'aéroport O'Hare de Chicago comprennent des solutions personnalisées de planification, de gestion, de transport, de livraison et de suivi porte à porte assurant aux clients des services de distribution rentables, efficaces et permettant un suivi.

Annuaire

La Société se spécialise dans les annuaires téléphoniques et elle est le plus important imprimeur d'annuaires du Canada et un des plus importants imprimeurs d'annuaires d'Amérique du Nord et d'Amérique latine. La présence du Groupe Annuaire de la Société sur le marché nord américain remonte à la fin du XIX^e siècle avec l'impression des premiers annuaires de Bell Canada. La Société imprime des

annuaires téléphoniques et autres répertoires pour un grand nombre de sociétés, y compris *Ameritech*, *Pacific Bell*, *Qwest-Dex*, *Verizon*, *Bell Actimedia*, *McLeod*USA*, *BellSouth*, *Telefónica del Perú* et *Chilenet*. En 1994, la Société a entrepris la production d'annuaires pour le marché intérieur indien à son atelier situé près de New Delhi en Inde. En 1993, la Société a constitué le Groupe Annuaires afin de regrouper ses activités d'impression d'annuaires.

3.2 FABRICATION

Description des procédés et du matériel

La Société utilise deux types de procédés d'impression : l'héliogravure et l'offset. Ces deux procédés représentent les procédés d'impression commerciale les plus couramment utilisés. Les deux procédés ont évolué considérablement du point de vue technologique au cours de la dernière décennie, ce qui a entraîné des améliorations marquées au niveau de la vitesse et de la qualité d'impression. La Société estime qu'en 2000, environ quatre-vingt pour cent de son volume de revenus provenaient de l'impression offset et le reste, de l'héliogravure.

Héliogravure

Avec 94 presses héliogravure, soit environ le tiers de la capacité nord-américaine, la Société compte parmi les plus importants imprimeurs mondiaux utilisant le procédé d'héliogravure. Ce procédé utilise un cylindre recouvert de cuivre qui est gravé mécaniquement à l'aide de têtes de coupe au diamant, d'une très grande précision et commandées par ordinateur. Bien que la gravure du cylindre d'impression soit relativement coûteuse, ce cylindre est extrêmement durable et très économique pour de longs tirages. Le procédé d'héliogravure possède une excellente réputation pour la qualité de sa reproduction en quatre couleurs sur diverses qualités de papier et à une très grande vitesse.

Le procédé d'héliogravure convient bien pour imprimer les longs tirages des encarts publicitaires, des circulaires, des suppléments des journaux du dimanche et autres magazines et catalogues à grande diffusion. La Société croit que son réseau d'installations d'héliogravure d'un océan à l'autre aux États-Unis lui permet d'offrir à la fois la capacité de production et les sites nécessaires aux commerçants et éditeurs importants. L'acquisition, en 1995, de Financière Jean Didier avec sa capacité en héliogravure lui confère un avantage concurrentiel en Europe. La technologie de pointe de la Société au niveau du prémédia numérique pour héliogravure lui confère également plus d'efficacité et de précision dans la production d'un même encart, de façon simultanée, à de multiples endroits, le client profitant ainsi de l'efficacité et des réductions de coûts d'une fabrication et d'une distribution effectuées plus près de ses marchés cibles dans des délais réduits.

Offset

Dans le procédé offset, une impression encrée provenant d'une mince plaque de métal est d'abord faite sur un cylindre de caoutchouc puis reportée sur le papier. Il existe plusieurs types de procédés d'impression offset : à feuilles et en continu, avec sécheur et sans sécheur. Les presses à feuilles impriment sur des feuilles de papier tandis que les presses en continu impriment sur des bobines de papier. Un petit tirage est en général mieux servi par l'offset à feuilles, tandis que l'offset en continu est en général le meilleur procédé pour de plus grands tirages.

L'offset en continu avec sécheur comporte une presse qui utilise un four pour fixer ou sécher les encres à base d'huile de façon instantanée. Cela permet une plus grande vitesse, une meilleure qualité et une meilleure adaptation à l'utilisation de papiers plus glacés (papiers couchés). L'offset en continu avec sécheur est utilisé pour imprimer des encarts publicitaires, des magazines, des catalogues et des livres. La Société est propriétaire de 441 presses offset en continu avec sécheur.

L'offset en continu sans sécheur comporte une presse n'ayant pas de four pour sécher l'encre mais utilisant plutôt des encres à base d'huile qui sont absorbées par le papier et séchées par oxydation. L'offset en continu sans sécheur est utilisé principalement pour l'impression des journaux, des livres, des annuaires et de certains encarts publicitaires. La Société est propriétaire de 84 presses offset en continu sans sécheur.

La Société possède 212 presses offset à feuilles qui lui permettent d'imprimer des livres, des fournitures promotionnelles et des articles de publipostage et forment un réseau d'installations régionales plus petites, ce qui constitue un avantage pour la stratégie d'ensemble de la Société. La plupart de ces ateliers sont d'importants fournisseurs sur leurs marchés locaux.

3.3 VENTES ET COMMERCIALISATION

Les activités de vente et de commercialisation de la Société sont fortement intégrées et reflètent, à la fois sur les plans national et local, une philosophie qui consiste à satisfaire les besoins des clients, combinée à des efforts de vente de produits spécifiques. Les représentants des ventes sont répartis dans les ateliers ou dans des bureaux régionaux à travers l'Amérique du Nord, l'Europe, le Mexique et le Brésil et se trouvent en général près de leur clientèle établie et de leurs clients éventuels. Chaque représentant des ventes est en mesure de conclure une vente pour tout atelier compris dans le réseau de la Société. Cela permet aux clients de coordonner, par l'intermédiaire d'un seul représentant des ventes, un travail d'impression simultanée dans tout le réseau de la Société. Certains des clients plus importants centralisent leurs achats de services d'impression, et la capacité de la Société de fournir des services sur une vaste échelle géographique lui confère ainsi un avantage manifeste par rapport aux concurrents régionaux de plus petite taille.

La Société offre également aux clients une grande variété de services prémédias et d'autres services à valeur ajoutée. Ces services prémédias comprennent le système de prémédia électronique en couleur qui permet d'amener l'illustration depuis l'idée jusqu'au produit final et la publication assistée par ordinateur, qui confère aux clients un plus grand contrôle sur leur produit fini. Ces services prémédias sont tout particulièrement utiles dans le cas des clients de plus petite taille qui pourraient ne pas disposer des capitaux nécessaires pour se doter d'un tel matériel ou qui pourraient devoir se fier sur des vendeurs tiers, ce qui peut entraîner des problèmes de coordination et des retards. Les autres services à valeur ajoutée, y compris le savoir-faire en expédition et distribution, la personnalisation de l'impression par jet d'encre et la reliure ciblée sur la clientèle deviennent de plus en plus des exigences de nombreux clients.

La Société a continué à développer *Quebecor Imaging Services (QIS)*, mise sur pied en 1992 dans le but de regrouper ses efforts au chapitre de la recherche, du développement et de l'implantation de nouvelles technologies pouvant reproduire et transmettre « l'image » de la page imprimée avant son impression. En 1995, QIS a été intégrée à Quebecor Litho Plus. Les services prémédias et les autres services à valeur ajoutée deviennent un avantage concurrentiel de plus en plus important pour la Société.

En 1995, l'atelier de Quebecor Printing Eusey Press Inc., au Massachusetts et celui de Héliogravure Didier-Quebecor, S.A., en France, ont obtenu l'accréditation ISO 9002. Les ateliers suivants ont également obtenu leur accréditation : Quebecor Printing Aurora (Ontario) en janvier 1996, Imprimerie Quebecor St-Romuald (Québec) en août 1996, Imprimerie Quebecor Bromont (Québec), Quebecor Printing Sayers Inc. (Missouri) et Imprimerie Quebecor L'Éclaireur (Québec) en 1997 et Quebecor Printing MIL Inc. (Ontario), Graficas Monte Alban, S.A. de C.V. (Querétaro) et Quebecor Printing Hazleton Inc. (Pennsylvanie) en 1998. En 1999, les ateliers Interprint (Suède), Quebecor Printing Buffalo Inc. (New York), Chicago Imaging (Shaumburg) et Quebecor Printing Sayers Inc. (Missouri) ont reçu leur accréditation. Quant à l'ancienne World Color, les ateliers suivants ont obtenu leur accréditation : Northeast Graphics (Connecticut) en 1997, Oakwood et Atlanta (tous deux en Géorgie) et Packaging Graphics (Rhode Island) en 1998. En 2000, les ateliers de la Société situés à Merced (Californie), à

Fernley (Nevada) et à Atglen (Pennsylvanie) ont également obtenu l'accréditation ISO 9002. ISO 9000 est un ensemble de normes convenues à l'échelle internationale qui assure aux clients d'une entreprise qu'elle répond à des exigences en matière de contrôle de la qualité de sa production.

Au cours de l'exercice 2001, plusieurs ateliers de Quebecor World amorceront le processus menant à l'accréditation ISO 14001, système de gestion de l'environnement reconnu à l'échelle internationale dont l'objectif consiste à améliorer sans cesse la gestion de l'environnement. Trois ateliers, situés au Canada, en France et aux États-Unis, utiliseront un progiciel environnemental spécial pour mettre en application la norme ISO 14001.

La Société soutient ses efforts de vente grâce à des programmes de commercialisation qui comportent de la publicité et une présence lors de la tenue de salons professionnels afin de renforcer son image dans l'esprit de l'acheteur. Elle offre également des conférences techniques et de la consultation en imprimerie afin de faire connaître aux clients les possibilités du marché et les capacités de la Société.

La Société croit que sa taille et son réseau d'établissements dans toute l'Amérique du Nord et en Europe constituent un avantage par rapport aux concurrents de plus petite taille en termes d'expédition et de distribution. Le volume de la Société lui permet de mettre sur pied des systèmes d'expédition groupée, ce qui permet aux clients d'expédier leurs produits moyennant des remises notables. La remise est établie au moyen d'accords avec les services postaux qui offrent à l'expéditeur/client une remise si ce dernier assume les coûts de transport engagés pour acheminer son envoi plus près du bureau de livraison du service postal. La Société utilise son système d'analyse de courrier conçu sur mesure, qui regroupe automatiquement les livraisons de différents clients dans un même camion et effectue une analyse des économies de coût pour le client. Le système d'analyse de courrier produit ensuite pour le client les formulaires, les connaissements et les bordereaux de transport nécessaires.

La personnalisation de l'impression par jet d'encre est de plus en plus utilisée par nombre d'éditeurs de publications et de catalogues. L'adressage par jet d'encre élimine le processus supplémentaire d'impression d'étiquettes de papier et améliore l'efficacité du postage. Les éditeurs de catalogues utilisent la personnalisation par jet d'encre de plusieurs façons. L'adressage par jet d'encre permet à la fois d'étiqueter la couverture et le bon de commande et d'y inscrire des renseignements codifiés sur le client. De plus, puisque les éditeurs de catalogues continuent de rechercher des méthodes pour accroître le niveau de personnalisation, le procédé par jet d'encre est de plus en plus utilisé pour insérer des messages personnels, des encarts spécifiques destinés aux acheteurs fréquents ou des renseignements codifiés uniques pour l'inscription de la commande. Un autre avantage de l'impression par jet d'encre et de la reliure sélective réside dans la capacité de la Société de fusionner des listes de noms pour un même client ou de faire des envois postaux collectifs pour différents clients afin d'obtenir de meilleures remises postales en raison d'un tri préliminaire.

3.4 AVANTAGES CONCURRENTIELS

La direction croit que la Société possède des avantages concurrentiels qui lui permettent de fournir un service amélioré à la clientèle, tout en maintenant ses coûts à un bas niveau dans l'industrie. Ses forces sont une vaste couverture géographique, une source unique de services d'impression, des ressources technologiques, des économies d'échelle et un grand réseau de fabrication.

Vaste couverture géographique. Certains des clients les plus importants de la Société utilisent ses services d'impression simultanément à plusieurs de ses ateliers. La Société est l'un des rares imprimeurs commerciaux pouvant servir ces clients dans pratiquement tous leurs marchés, permettant ainsi la coordination de leurs besoins par l'entremise d'un seul imprimeur. En outre, l'impression simultanée à plusieurs ateliers rend la livraison plus efficace et réduit les coûts de distribution pour des produits à diffusion nationale, tels *Parade*, *USA Weekend*, *Globe* et *The Sun*.

Source unique. En fournissant à sa clientèle une grande diversité de services d'impression, de prépresse, de post-presse et de distribution, la Société est en mesure de s'intégrer davantage au processus d'édition de sa clientèle, tout en accroissant ses sources de revenus. Le fait que d'importants clients aient centralisé leurs achats de services d'impression favorise la Société, qui possède la capacité d'offrir un guichet unique de services d'impression complets et une vaste couverture géographique. Il s'agit d'un avantage sur la concurrence, puisque les clients n'ont pas à traiter avec de nombreux concurrents régionaux spécialisés et de moindre envergure.

Ressources technologiques. La Société a pris l'engagement d'utiliser efficacement une technologie de pointe, notamment par la mise au point de nouvelles technologies d'impression, l'amélioration des matériaux d'impression actuels et le développement toujours plus poussé de services intégrés. Les ressources technologiques de la Société lui ont permis de réduire ses coûts et de mieux servir sa clientèle en améliorant la qualité, la souplesse, la vitesse et le coût de production. Des dépenses en immobilisations importantes sont nécessaires afin de suivre la cadence du développement technologique dans l'industrie. Ainsi, en 2000, la Société a consacré 242 millions de dollars aux dépenses en immobilisations, dont des presses plus rapides et efficaces et des technologies de prépresse et post-presse. En 2001, les dépenses en immobilisations devraient se chiffrer à environ 250 millions de dollars pour que la Société puisse conserver ses matériaux actuels et investir dans de nouveaux projets pour prendre de l'expansion dans des marchés choisis. L'ampleur des activités de la Société lui permet de répartir ses investissements technologiques entre plusieurs ateliers et secteurs de produits. Sa taille lui permet de réduire ses coûts en ventilant les investissements en immobilisations sur une plus grande assiette de revenus.

En 1992, la Société a mis sur pied *Quebecor Imaging Services* (QIS) afin d'intégrer ses efforts pour aider ses clients à réaliser l'implantation des dernières techniques électroniques de prépresse et de publication assistée par ordinateur. Ce service a été incorporé à Quebecor Litho Plus après son acquisition de Maclean Hunter Canadian Publishing en janvier 1995. En 1994, Quebecor Studios a été créée afin d'offrir des services de photographie numérique et des services connexes. Cet atelier de Toronto (Ontario) est doté d'appareils photos numériques nettement supérieurs aux appareils traditionnels pour la production d'encarts publicitaires et de catalogues. En même temps, la Société a fondé *Quebecor Insight Services*, un service d'information assisté par ordinateur qui aide les clients à développer plus efficacement leur distribution de produits imprimés et qui leur fournit des données géographiques et démographiques au Canada.

En 2000, la division Que-Net Media a été mise sur pied afin de rassembler les actifs numériques et prémédias d'Imprimeries Quebecor et de World Color Press. Que-Net Media misera sur les actifs prémédias actuels de la Société et développera davantage la photographie numérique orientée plus particulièrement vers Internet.

Économies d'échelle. La Société profite également d'économies d'échelle importantes qui, selon la direction, lui procurent un avantage à l'égard des coûts. Les matières premières ont coûté à la Société environ 2,4 milliards de dollars en 2000. La Société achète également beaucoup de matériel d'impression. Selon la direction, ce pouvoir d'achat permet à la Société d'acheter des matières premières, principalement du papier et de l'encre, et du matériel à des conditions plus avantageuses que ses concurrents de moindre envergure. Ce pouvoir d'achat lui assure également de pouvoir disposer de matières premières dans des marchés où l'offre s'est raréfiée. À cet égard, la Société a créé en 1998, à Fribourg en Suisse, un centre international d'approvisionnement qui lui permettra de réaliser des économies d'échelle en ce qui a trait aux matières et au matériel.

La Société a commencé à diminuer davantage ses coûts grâce aux synergies découlant de sa fusion avec World Color plus tôt qu'elle ne l'avait prévu à l'origine. En regroupant les plateformes dans un nombre restreint d'ateliers plus gros et plus spécialisés, la Société réduit ses frais d'administration et

réalise de plus grandes économies d'échelle. En outre, la spécialisation plus poussée des ateliers permet d'accroître l'efficacité, alors que l'amélioration de la distribution permet de réduire le coût final pour les clients et d'accélérer la livraison. La Société a également réduit ses frais d'administration en 2000 en centralisant les sièges sociaux et en unifiant le personnel de vente en Amérique du Nord. Les mesures de regroupement appliquées à ce jour en l'an 2000 ont entraîné des synergies et des réductions de coûts annualisées se chiffrant à environ 60 millions de dollars, alors que la somme prévue à cet égard dans le plan d'affaires initial de la Société était de 50 millions de dollars.

La croissance des nouveaux médias offre à la Société d'autres occasions de réaliser des économies d'échelle. Les clients cherchent de plus en plus à recevoir l'information afin de pouvoir l'utiliser à la fois sous forme imprimée et sous forme électronique. La Société met en place un processus de travail numérique et fournit des outils tels que le système de gestion de l'actif numérique et le système de publication automatisée afin de faciliter une telle réutilisation de l'information d'une manière plus rentable que ce que ses concurrents peuvent offrir.

Grand réseau de fabrication. La diversité et le nombre d'ateliers et de presses de la Société, sa combinaison de produits et sa très grande clientèle facilitent une meilleure utilisation des ressources. La plupart des presses peuvent produire une variété d'imprimés, et la Société répartit fréquemment les commandes entre ses ateliers afin d'optimiser l'utilisation de leur matériel. Comme la Société dessert des marchés extrêmement variés, elle est en mesure de redéployer le matériel, prolongeant ainsi sa durée de vie utile. De plus, le grand réseau de fabrication de la Société, allié à ses ressources technologiques, lui permet d'améliorer fréquemment le service à la clientèle et les marges d'exploitation en transférant la technologie et en maximisant les capacités d'impression de ses ateliers.

La direction croit qu'il se produira un regroupement encore plus poussé de l'industrie fragmentée de l'impression en raison des avantages conférés par la taille, du coût élevé du matériel et de la technologie, de même que du désir de nombreux clients importants d'obtenir des services d'impression étendus, recourant à une technologie de pointe, à l'échelle nationale et internationale. La compétitivité et les ressources financières de la Société et sa vaste expérience dans l'intégration des entreprises acquises la rendent apte à tirer avantage de cette dynamique de l'industrie. Ayant atteint une masse critique et diversifié sa couverture géographique et la gamme de ses produits afin de faire face à la concurrence, la Société poursuit l'élargissement de sa clientèle, de ses marchés et de l'éventail de ses services en Amérique du Nord, en Europe et en Amérique latine.

3.5 UTILISATION DES CAPACITÉS DE PRODUCTION

La diversité des capacités de production de la Société pour ce qui est de ses ateliers et presses, la combinaison des produits et sa vaste clientèle facilite une meilleure utilisation de ses capacités de production. La plupart des presses peuvent produire une grande variété de produits imprimés, et la Société répartit fréquemment les commandes entre ses ateliers afin d'en faire une utilisation optimale. Les divers marchés que sert la Société lui permettent de redistribuer le matériel afin d'en prolonger la durée de vie utile. La diversité des capacités de production de la Société en ce qui concerne les ateliers et les presses lui permet, grâce à une méthode de répartition centralisée, d'affecter une commande donnée aux presses les mieux adaptées pour le travail. L'imprimeur qui peut accroître l'utilisation de ses capacités de production accroît la production par travailleur, répartit le coût réel de l'outillage sur une plus grande production et, par conséquent, accroît le rendement.

3.4 TECHNOLOGIE

La Société a pris l'engagement d'utiliser efficacement une technologie de pointe afin d'offrir à sa clientèle un service au meilleur coût possible. La Société est notamment active dans les domaines suivants : traitement des cylindres et prépresse assistés par ordinateur pour l'héliogravure, ce qui améliore

l'efficacité en temps et en coût et la qualité de la préparation des pages de prémédia et de gravure des cylindres; presses offset pleine laize en continu avec sécheur, domaine dans lequel la Société a collaboré aux études techniques et à l'installation subséquente de neuf presses « Sunday Press » de 54 pouces, à 48 pages, qui sont deux fois plus productives que les presses standard 36 pouces, à 32 pages; systèmes d'impression de messages et d'adressage par jet d'encre, la Société offrant une capacité d'inscription de messages sur 72 lignes pour la personnalisation des catalogues et magazines.

La Société collabore également avec d'importants fournisseurs dans le domaine de la recherche et du développement des technologies d'impression, matériaux et procédés nouveaux. Les programmes d'amélioration des immobilisations de la Société comportent le remplacement ou la modernisation, ou les deux à la fois, du matériel existant.

Depuis 1994, la Société a continué à investir dans du matériel de reliure sélective Target Bound^{MC}, qui permet aux éditeurs et aux spécialistes de la vente par catalogue de produire des versions multiples d'un magazine ou d'un catalogue au cours d'une même opération de reliure. Elle a également procédé à l'acquisition de matériel électronique couleur de prémédia et de publication assistée par ordinateur, investi dans son système d'analyse de courrier, acquis du nouveau matériel pour l'impression et l'insertion de cartes-réponse et investi dans son système LazerBook^{MC} qui offre au client un plus grand choix de styles d'impression et de reliure.

La Société a continué à investir dans des presses plus rapides, plus efficaces et de meilleure qualité. Le prémédia a continué d'être le théâtre d'améliorations importantes dans le domaine numérique électronique. Par conséquent, du matériel informatique et de nouveaux logiciels ont été installés afin d'aider les clients à créer des imprimés, plus vite et plus efficacement. À cet égard, la Société a été un des leaders de l'industrie en offrant de nouveaux services de traitement de l'image en direct qui rationalisent le processus de préparation des pages pour l'impression. La Société est un des premiers imprimeurs à avoir installé des systèmes de publication assistée par ordinateur, de préparation de films et de gravure directe des plaques pour impression offset qui éliminent complètement le coût des films et leur temps de préparation en production imprimée. Elle a aussi établi un des réseaux de communications de données les plus perfectionnés de l'industrie pouvant transmettre les fichiers des clients avec rapidité et efficacité à partir de l'installation du client vers de multiples ateliers.

La direction est d'avis que seuls les imprimeurs ayant les capacités requises pour investir dans les nouvelles technologies et intégrer celles-ci à leurs activités continueront de prendre de l'expansion. L'arrivée sur le marché des presses dites « Sunday Press » a représenté un changement technologique important. Ces presses concurrencent les presses qui tournent à 2 000 pieds par minute sur des cylindres de 36 pouces de largeur en offrant des vitesses de 3 000 pieds par minute sur des cylindres de 54 pouces de largeur. Avec un effectif comparable, ces nouvelles presses permettent d'accroître sensiblement les marges. Trois de ces presses ont été mises en service en 1995. En 1996, la Société a installé deux presses Sunday au Canada, une à Aurora (Ontario) et l'autre à Montréal (Québec). En janvier 1997, la Société a acquis deux presses Sunday additionnelles grâce à l'acquisition d'AmerSig Graphics Inc. aux États-Unis. En Europe, deux presses Sunday, ainsi que la première presse offset sans eau Harris M600 ont été mises en service, au cours de l'année 1997, respectivement à Mary-sur-Marne et à Strasbourg. En 1999 et en 2000, avec l'acquisition de World Color aux États-Unis, la Société a acquis deux presses Sunday supplémentaires et en a commandé trois autres qui entreront en service en 2001. La Société possédera alors 17 presses Sunday.

Une nouvelle technologie plus rapide a été introduite au cours des dernières années dans le secteur de l'héliogravure. En 1995, la Société a investi dans l'achat d'une presse héliogravure à haute technologie pour son atelier de Richmond (Virginie). Cette presse de 125 pouces de largeur et d'une vitesse de 3 000 pieds à la minute est à la fine pointe de la technologie.

En 1996 et 1997, la Société a entrepris de moderniser son réseau d'héliogravure en installant à l'atelier de Mt. Morris, dans l'Illinois, une presse rotative grand format de 104 pouces de largeur à système de gravure numérique directe ainsi que du matériel de finition ultramoderne et des dispositifs à jet d'encre.

La Société a continué d'améliorer son réseau d'héliogravure aux États-Unis afin de produire des encarts et des circulaires et des suppléments du dimanche. En 1998, une nouvelle presse d'héliogravure à grande laize est entrée en service à Atglen (Pennsylvanie); la production a commencé dans la nouvelle imprimerie de Fernley (Nevada) et le coup d'envoi d'un projet d'expansion de l'atelier de Memphis (Tennessee) a été donné.

La Société est devenue le premier imprimeur commercial à se doter de presses offset tabloïdes à coupe réduite de la dernière génération. Ces nouvelles presses impriment davantage de pages à des vitesses plus grandes et utilisent moins de papier que les presses tabloïdes traditionnelles. Quatre presses sont entrées en service à Atglen (Pennsylvanie) et à Dallas (Texas). La Société a commandé une presse supplémentaire, qui entrera en service en 2001 à Phoenix (Arizona), afin d'étendre le réseau des presses offset tabloïdes à coupe réduite vers la côte Ouest des États-Unis.

La Société a investi dans la nouvelle technologie numérique et celle du Web pour améliorer les services, réduire les coûts et élargir son éventail de produits.

La création d'un réseau de télécommunications, basé sur la transmission asynchrone, qui relie les établissements canadiens et leurs principaux clients est maintenant achevée. Le nouveau système se raccorde au réseau Que-Net^{MC}, qui relie les ateliers des États-Unis et leurs clients. Depuis l'achèvement du réseau, en 1999, la Société dispose d'un réseau de télécommunications englobant toute l'Amérique du Nord, ce qui améliore la capacité de la Société de transférer rapidement les fichiers numériques entre les imprimeries et les clients, de partager les travaux entre différents ateliers et d'étendre ses activités de distribution et d'impression.

3.7 ACHATS ET MATIÈRES PREMIÈRES

Les principales matières premières utilisées dans les produits de la Société sont le papier et l'encre. En 2000, la Société a dépensé environ 2,4 milliards de dollars en matières premières. La Société utilise son pouvoir d'achat pour obtenir des prix, des conditions, une qualité, un contrôle de la qualité et un service qui correspondent à sa situation, soit d'être l'un des clients les plus importants de l'industrie.

La Société négocie avec un nombre restreint de fournisseurs afin de profiter au maximum de son pouvoir d'achat, tout en ne s'appuyant pas que sur un seul fournisseur. Les achats, à la fois au niveau des ateliers locaux et de l'ensemble de l'entreprise, sont coordonnés afin d'augmenter les économies d'échelle. Le contrôle des stocks fait également partie intégrante des fonctions d'achat de la Société, ce qui a entraîné une amélioration dans la rotation des stocks. Les stocks des ateliers sont également gérés et suivis sur une base régionale, ce qui accroît l'utilisation des stocks en mains. De plus, la plupart des contrats à long terme que la Société passe avec ses clients comprennent des clauses de révision des prix en fonction du coût des matières afin de réduire l'incidence de la fluctuation du prix du papier et de l'encre.

La Société est fière d'offrir à ses clients un service d'approvisionnement d'envergure internationale. Son centre d'approvisionnement de Fribourg, en Suisse, confère à la Société un très gros avantage concurrentiel. Grâce au regroupement des activités qui se déroulaient auparavant dans quatre bureaux régionaux, la Société peut réduire ses frais administratifs, normaliser l'approvisionnement et garantir aux clients un approvisionnement à des prix intéressants.

Au cours de l'exercice 2000, la Société a mis sur pied un centre privé inter-entreprises exploitable sur le Web, centre qui élargit les activités actuelles d'approvisionnement à l'échelle mondiale. Situé à Fribourg, en Suisse, ce centre permet à la Société de réduire ses coûts et d'accroître ses marges d'exploitation en groupant les demandes reçues des 160 ateliers de son réseau pour des articles tels que l'encre et le papier, créant ainsi un entrepôt virtuel pour ces articles. La Société évalue actuellement les moyens d'inclure d'autres types de fournitures, en plus de l'encre et du papier à cet approvisionnement à l'échelle mondiale.

3.8 CONCURRENCE

L'industrie de l'imprimerie commerciale en Amérique du Nord et en Europe fait l'objet d'une vive concurrence pour la plupart des catégories de produits et dans la plupart des secteurs géographiques. Les analystes de l'industrie considèrent qu'à l'heure actuelle l'industrie est en situation d'offre excédentaire dans la plupart des marchés, ce qui accentue la nature concurrentielle du milieu. La concurrence est en grande partie fondée sur les prix, la qualité, la gamme de services offerts, les moyens de distribution, le service à la clientèle, la disponibilité du temps d'impression avec le matériel approprié et une technologie de pointe.

3.9 RISQUES ASSOCIÉS AUX FLUCTUATIONS DES TAUX D'INTÉRÊT ET AU CHANGE

Dans le cours normal de ses activités, la Société est exposée à des fluctuations des taux d'intérêt. Cependant, la Société gère ce risque en diversifiant les échéances de ses dettes de façon équilibrée ainsi qu'au moyen d'une combinaison d'obligations à taux fixe et à taux variable. La Société conclut également des accords de swap de taux d'intérêt ainsi que des accords de swap de taux d'intérêt dans deux monnaies différentes afin de gérer à la fois son risque lié aux taux d'intérêt et son risque de change.

La Société conclut également des contrats de change à terme afin de couvrir le règlement d'achats de matières premières et de matériel, de fixer le taux de change pour les ventes transfrontalières et de gérer son risque de change pour certains passifs.

3.10 CLIENTS

La Société croit que la diversité de sa clientèle, par produit et par secteur géographique, sert à la prémunir contre les fluctuations brusques de la demande dans les marchés locaux ou les gammes de ses produits. La Société a conclu des contrats avec la plupart de ses clients importants. Ces contrats comportent des clauses de révision de prix fondées sur le coût du papier, de l'encre et de la main-d'œuvre.

3.11 CARACTÈRE SAISONNIER DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Les activités de la Société sont saisonnières, environ les deux tiers de son bénéfice d'exploitation historique étant constatés dans la deuxième moitié de l'exercice financier, principalement en raison du plus grand nombre de pages de magazines, des lancements de nouveaux produits et des promotions par catalogue des détaillants, notamment pour le retour à l'école et la période des Fêtes.

3.12 RESSOURCES HUMAINES

Au 1^{er} mars 2001, la Société employait plus de 43 000 personnes environ, dont 21 000 sont visées par 102 conventions collectives distinctes. De ce nombre, 17 conventions viennent à échéance en 2001 et couvrent 2 835 employés. Ces conventions se limitent à des ateliers individuels et à des groupes d'employés au sein de ces ateliers. Dans toute son exploitation, la Société possède 64 ateliers non syndiqués.

La Société croit que ses relations avec ses employés et syndicats sont bonnes comme en font foi les règlements concurrentiels obtenus ces dernières années.

3.13 RÉGLEMENTATION ENVIRONNEMENTALE

La Société est assujettie à certaines lois, à certains règlements et à certaines politiques gouvernementales, principalement en Amérique du Nord, en Europe et en Amérique latine, qui ont trait à la santé et à la sécurité des employés, à la production, à l'entreposage, au transport, à l'élimination et au rejet de diverses substances, et à la protection de l'environnement en général. La Société croit qu'elle respecte, à tous les égards importants, ces lois, règlements et politiques. De plus, la Société ne prévoit pas que le respect de telles lois environnementales aura une incidence défavorable importante sur sa situation concurrentielle ni sur sa situation financière consolidée.

RUBRIQUE 4 – PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

4.3 DIVIDENDES

Le 30 avril 2001, la Société a déclaré un dividende de 0,12 \$ par action sur les actions à droit de vote multiple et les actions subalternes comportant droit de vote, un dividende de 0,3125 \$ CA par action sur les actions privilégiées, série 2 et un dividende de 0,4265 \$ CA sur les actions privilégiées, série 4, dividendes payables le 1^{er} juin 2001.

La Société a déclaré et versé des dividendes sur une base semestrielle depuis le 23 octobre 1992 et sur une base trimestrielle depuis 1998. Les dividendes par action divisée déclarés et versés sur les actions à droit de vote multiple et les actions subalternes comportant droit de vote ont été de 0,13 \$ en 1994, de 0,16 \$ en 1995, de 0,20 \$ en 1996, de 0,22 \$ en 1997, de 0,24 \$ en 1998, de 0,28 \$ en 1999, de 0,33 \$ en 2000 et de 0,10 \$ le 1^{er} mars 2001. Les dividendes déclarés et versés sur les actions privilégiées, série 2 de la Société ont été de 1,3151 \$ CA en 1998, de 1,25 \$ CA en 1999, de 1,25 \$ CA en 2000 et de 0,3125 \$ CA le 1^{er} mars 2001.

ANNEXE B

PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC.

RUBRIQUE 3

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

La section qui suit fournit l'information plus détaillée pour chacun des secteurs d'activité dans lesquels œuvre Groupe TVA.

3.1 RADIODIFFUSION

Groupe TVA détient et exploite six (6) des dix (10) stations qui forment le Réseau TVA, à savoir : CFTM-TV qui agit à titre de tête de réseau et cinq (5) stations de télévision régionales : CFCM-TV (Québec), CHLT-TV (Sherbrooke), CHEM-TV (Trois-Rivières), CFER-TV (Rimouski-Matane-Sept-Îles) et CJPM-TV (Chicoutimi-Jonquière) (les « Stations régionales »). À ces Stations régionales s'ajoutent quatre (4) stations affiliées : CHOT-TV (Hull) et CFEM-TV (Rouyn) détenues par Radio-Nord inc., CIMT-TV (Rivière-du-Loup) et CHAU-TV (Carleton) détenues par Télé Inter-Rives Ltée, Groupe TVA détient une participation de 45 % dans Télé Inter-Rives Ltée, Groupe TVA détient et exploite également LCN et le Canal Club Télé-Achats, en plus de posséder une participation dans la station anglaise CKMI-TV (Global), le service spécialisé Canal Évasion et le service de télévision à la carte Canal Indigo.

3.1.1 TÉLÉDIFFUSION

CFTM-TV (Montréal)

CFTM-TV (Montréal) (« CFTM-TV »), dont les activités ont débuté en février 1961, opère à partir de ses studios de télévision situés au 1600, boul. de Maisonneuve est, à Montréal, où se trouvent également les bureaux administratifs de Groupe TVA. CFTM-TV émet son signal à partir d'une antenne située au sommet du Mont-Royal.

La programmation de CFTM-TV comprend des dramatiques, des téléromans, des émissions de variétés, des émissions de services, des magazines, des jeux questionnaires, des films et des émissions d'information et d'affaires publiques. JPL Production inc. et JPL Production II inc., filiales à part entière de Groupe TVA, ont produit pour la grille-horaire de CFTM-TV, près de 1 900 heures d'émissions originales au cours du dernier exercice financier. La grille horaire de CFTM-TV est aussi complétée par des émissions et des films acquis de producteurs indépendants et de tiers. Cette programmation constitue une partie substantielle de la grille-horaire des stations membres du Réseau TVA.

Stations régionales

En 1982, Groupe TVA a complété l'acquisition de CJPM-TV (Chicoutimi). En 1990, Groupe TVA a acquis Réseau Pathonic inc. qui exploitait alors cinq stations de télévision diffusant dans différentes régions du Québec, dont quatre étaient affiliées depuis plusieurs années au Réseau TVA.

La programmation des Stations régionales provient principalement de CFTM-TV et est complétée par une programmation spécifique produite par chacune des Stations régionales, reflétant ainsi leur réalité culturelle, économique, politique et sociale spécifiques. Quant à CFCM-TV (Québec), elle produit 21 heures par semaine de programmation locale dont une partie importante est diffusée sur le Réseau TVA.

Chacune des autres Stations régionales produit et diffuse plus de trois (3) heures de nouvelles locales par semaine. Plusieurs des reportages issus des bulletins de nouvelles locaux sont diffusés par les stations affiliées au Réseau TVA.

Réseau TVA

Groupe TVA est un des membres fondateurs du Réseau TVA et en est devenu l'unique propriétaire en 1992. Groupe TVA exploite la licence du Réseau TVA. Le contrat d'affiliation entre Groupe TVA et CHAU-TV (Carleton) est en vigueur jusqu'en août 2005, alors que le contrat conclu avec CHOT-TV (Hull) et CFEM-TV (Rouyn), détenues par Radio-Nord inc., viendra à échéance en août 2004. Le contrat d'affiliation entre Groupe TVA et CIMT-TV (Rivière-du-Loup), détenue par Télé Inter-Rives Ltée, est présentement en renégociation.

CKMI-TV (Global)

Le 1^{er} août 1995, Groupe TVA et Global Communications Ltd. ont déposé une demande conjointe au CRTC concernant la revitalisation de la station de langue anglaise de Groupe TVA, CKMI-TV à Québec. Cette station, alors propriété exclusive de Groupe TVA et affiliée au réseau anglais de Radio-Canada (CBC), a demandé et obtenu sa désaffiliation pour devenir une station de télévision régionale dont le signal continue d'être émis à partir de Québec, avec des réémetteurs à Sherbrooke et Montréal. CKMI-TV diffuse les principales émissions du réseau Global. Groupe TVA, via sa filiale TVA Régional inc., détient une participation de 49 % (sans toutefois exercer d'influence) dans la société en commandite qui exploite ce service. La station, dont les bureaux principaux sont situés à Montréal, est entrée en ondes le 14 septembre 1997.

3.1.2 SERVICES SPÉCIALISÉS

Le Canal Nouvelles TVA (« LCN »)

Lancée en septembre 1997, ce service d'information continue, le première entièrement numérique au pays, diffuse des blocs d'information de 15 minutes composés notamment d'éléments de nouvelles, de sports et de météo, lesquels sont mis à jour sur une base régulière. LCN rejoint la très vaste majorité des foyers câblés du Québec et est l'un des services de télévision le plus avancé en technologie numérique au monde.

Au cours du dernier exercice, LCN a été le service spécialisé francophone ayant connu la plus forte progression. Selon les plus récentes données disponibles, LCN a augmenté de façon importante sa part de marché et sa portée hebdomadaire. LCN rejoint en moyenne plus 1,8 millions de téléspectateurs par semaine.

Les bulletins de LCN sont également accessibles en version audio à partir du site Web *infinet.com*, en plus d'être diffusés à la station *Radio Info 690* de 22h00 à 5h00.

Canal Évasion

Ce service, lancé en janvier 2000, est voué au voyage, au tourisme et à l'aventure. Groupe TVA détient une participation de 10 % dans Canal Évasion.

3.1.3 NOUVEAUX SERVICES SPÉCIALISÉS

Le 24 novembre 2000, Groupe TVA s'est vu octroyer par le CRTC onze (11) licences. Groupe TVA a obtenu les trois (3) services spécialisés de langue française de catégorie 1 suivants : *Télé Ha ! Ha !*

(Groupe TVA, Film Rozon, BCE Média), service consacré à l'humour et à la comédie, *LCN Affaires* (Groupe TVA, Publications Transcontinental, BCE Média), service dédié aux questions économiques et financières ; et *13^e rue* (Groupe TVA, Global, Rogers), service consacré au mystère et au suspense.

Groupe TVA a également obtenu trois (3) licences de services spécialisés de langue anglaise de catégorie 1, soit : *13th Street* (Groupe TVA, Global, Rogers), service consacré au mystère et au suspense ; *Men TV* (Groupe TVA, Global), service spécialisé en santé, beauté, sport, musique, voyage pour les hommes ; et *Travel TV* (BCE Média, CTV, Groupe TVA), service consacré au voyage.

Également, Groupe TVA a obtenu cinq (5) licences de services de catégorie 2, à savoir : *Première loge/Front Row* (Groupe TVA, Groupe Feeling, BCE Média, service en français et en anglais, consacré aux spectacles et événements sportifs internationaux, *Digipix* (Groupe TVA), service anglophone traitant de technologie et de vidéo numérique ; et *Game One* (Groupe TVA, I Line), service consacré aux jeux vidéo, en français et en anglais.

3.1.4 CANAL CLUB TÉLÉ-ACHATS

Le 1^{er} novembre 1998, Groupe TVA, par l'intermédiaire de Club TVAchats inc., a acquis le Canal Infopub, un service qui allie l'infopublicité au télé-achats. Canal Infopub opère maintenant sous le nom de Club TVAchats. Unique canal d'infopublicité et de télé-achats au Québec, le canal Club TVAchats diffuse des messages promotionnels de produits et de services, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et rejoint 1,4 millions de foyers.

3.1.5 TÉLÉVISION À LA CARTE

Canal Indigo

Un consortium formé de Cogeco Radio-Télévision inc., Réseau de télévision Quatre Saisons inc., Canal Première/Viewers' Choice Canada et Groupe TVA a présenté au CRTC deux demandes de licence de télévision à la carte, qui ont été octroyées en 1995 (décisions CRTC 95-900 et CRTC 95-908). Groupe TVA détient une participation de 20 % dans la société en nom collectif qui a été créée pour l'opération du Canal Indigo. Canal Indigo est entré en service en septembre 1996 et offre à ses téléspectateurs un très large éventail d'émissions comprenant des films et des événements sportifs ou culturels en primeur.

3.1.6 VENTE DE TEMPS D'ANTENNE

Les stations de télévision privées tirent l'essentiel de leurs revenus de la vente de temps d'antenne pour des fins publicitaires. Les tarifs établis par les stations dépendent largement de leur part d'auditoire, de la composition démographique et socio-économique de cet auditoire, et des autres médias disponibles. Groupe TVA tire la très grande part de ses revenus de la vente de temps d'antenne aux annonceurs nationaux et locaux, soit plus de 70 % au cours du dernier exercice financier.

La vente du temps d'antenne de CFTM-TV et des Stations régionales est effectuée d'une part, à des agences de publicité pour le compte d'annonceurs nationaux par des représentants de vente à l'emploi de TVA Ventes et Marketing inc. et d'autre part, par des représentants de vente locale à des détaillants ou des annonceurs locaux.

Les revenus des services spécialisés, dont LCN, proviennent quant à eux majoritairement de la conclusion d'ententes d'affiliation avec les entreprises de distribution de radiodiffusion et, dans une moindre mesure, de la vente de temps d'antenne aux annonceurs nationaux. La principale source de revenus de canal Club TVAchats est la vente de son temps d'antenne.

3.1.7 LICENCES

Les stations de télévision et les services spécialisés sont tous exploités en vertu de licences émises par le CRTC. Ces activités sont assujetties aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada), des règlements d'application de celle-ci, notamment le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* et le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, ainsi qu'aux politiques et décisions du CRTC publiées à l'occasion, et aux conditions et aux attentes établies dans la licence relative à chaque station ou service spécialisé. Ces licences sont délivrées pour une durée fixe et, avant l'expiration, Groupe TVA devra demander leur renouvellement au CRTC. Les renouvellements sont en général accordés aux entreprises qui respectent les conditions de leurs licences. L'acquisition ou l'aliénation d'activités de radiodiffusion nécessitent des autorisations réglementaires. Groupe TVA croit être entièrement en conformité avec toutes les conditions de ses diverses licences et n'a aucune raison de croire que toutes ses licences ne seront pas renouvelées à leur échéance.

Le tableau qui suit représente les licences de radiodiffusion pour chacune des stations de télévision appartenant à Groupe TVA de même que les licences pour les services spécialisés qu'elle possède en propriété exclusive.

Lettres d'appel	Ville	No de licence	Date d'expiration	No de décision
Réseau TVA		92-544-1-97	31 août 2001	CRTC 92-544 CRTC 97-638 ⁽²⁾ CRTC 98-508 ⁽²⁾ CRTC 00-266 ⁽²⁾
CFTM-TV	Montréal	92-544-2-97	31 août 2001	CRTC 92-544 CRTC 97-638 ⁽²⁾ CRTC 98-508 ⁽²⁾ CRTC 00-266 ⁽²⁾
CHLT-TV	Sherbrooke	1998-0097-01-2005	31 août 2005	CRTC 98-97
CHEM-TV	Trois-Rivières	1998-0098-01-2005	31 août 2005	CRTC 98-98
CFCM-TV	Québec	1998-0108-01-2003	31 août 2003 ⁽¹⁾	CRTC 98-108
CJPM-TV	Chicoutimi	1998-0095-01-2005	31 août 2005	CRTC 98-95
CFER-TV	Rimouski	1998-0096-01-2005	31 août 2005	CRTC 98-96
Le Canal Nouvelles TVA (LCN)	Montréal	1996-0615-01-2003	31 août 2003	CRTC 96-615

⁽¹⁾ Pour coïncider avec le renouvellement de toutes les stations de télévision de la Ville de Québec.

⁽²⁾ Numéro de décision du renouvellement administratif par le CRTC.

3.2 PRODUCTION ET DISTRIBUTION DE PRODUITS AUDIOVISUELS

3.2.1 JPL PRODUCTION

JPL Production inc. et JPL Production II inc. (« JPL ») ont produit près de 1 900 heures d'émissions originales au cours du dernier exercice dont, notamment, des téléromans, des émissions de variétés, des galas et des jeux télévisés. La très grande majorité de la production de JPL est destinée à l'antenne du Réseau TVA. JPL a accès, pour certaines de ses productions, à des programmes de crédit d'impôt remboursable des gouvernements fédéral et provincial, de même qu'au programme de droits de diffusion du Fonds canadien de la télévision.

3.2.2 TVA INTERNATIONAL

Suite à l'acquisition de Motion International, TVA International est devenue l'un des joueurs majeurs dans l'industrie de la production et de la distribution au Canada.

TVA International a élaboré un nouveau plan d'affaires qui identifie les axes de développement et les objectifs de croissance pour les prochaines années ainsi que les stratégies à mettre en œuvre pour leur réalisation. L'entreprise a décidé de concentrer ses activités sur ses deux secteurs les plus lucratifs, soit la distribution et la production d'émissions jeunesse et animation. Par ailleurs, la structure de l'unité d'affaires fiction a été récemment assouplie pour tenir compte des objectifs de ce nouveau plan d'affaires.

Au cours du dernier exercice financier, TVA International a notamment conclu une entente avec le groupe européen Studio Canal, filiale de distribution de Canal +, pour la distribution de plus de 40 films français et anglais au Canada.

TVA International demeure à l'affût d'occasions de partenariat dans les domaines de la production d'émissions jeunesse et animation, de la distribution et de la production de spectacles.

3.2.3 TÉLÉ-ACHATS

En 1998, Groupe TVA a conclu une entente avec la société française Home Shopping Service S.A., filiale de télé-achats du Groupe M 6, et a créé HSS Canada inc. (« HSS Canada »), détenue à parts égales par les deux partenaires. Cette nouvelle filiale a produit durant le dernier exercice financier, les émissions *Boutique TVA* et *Club TVAchats*.

Boutique TVA est un concept clé en main, incluant la production complète d'une émission et toute l'infrastructure nécessaire au support des ventes, de la prise des commandes à la livraison des biens commandés. *Boutique TVA* est diffusée sur le Réseau TVA. HSS Canada produit également l'émission *Club TVAchats* diffusée sur le canal Club TVAchats.

3.3 PUBLICATION DE MAGAZINES ET ÉDITION

Trustar, maintenant Les Publications TVA Inc., est entrée dans le giron de Groupe TVA le 17 janvier 2000. Fondée en 1989, cette entreprise est le plus important éditeur de magazines francophones au Québec. Les Magazines TVA Inc., filiale de Publications TVA, publie les magazines hebdomadaires *7 jours*, *TV 7 jours*, *Le Lundi*, *Dernière Heure* et les mensuels *Star inc.*, *Cool !*, *femme d'aujourd'hui* et *Guide Internet*. Publications TVA a également une participation de 50 % dans Trusmédia Inc., qui publie le *TV Hebdo*. Ses hebdomadaires rejoignent plus de trois millions de lecteurs, selon les données compilées par le PMB (Print Measurement Bureau). Le magazine *7 jours*, consacré à l'actualité artistique et culturelle, compte à lui seul plus d'un million de lecteurs. Publications TVA est le leader des ventes en kiosque détenant près de 80 % des parts du marché francophone. Dans ce marché francophone,

Publications TVA, avec l'ensemble de ses titres, contrôle à elle seule 50 % des abonnements et ventes en kiosque.

Les Éditions TVA Inc., filiale de Publications TVA, est éditeur de livres et compte près de 70 titres à son catalogue.

Au cours des onze (11) mois écoulés depuis l'acquisition de Trustar, le chiffre d'affaires des publications hebdomadaires est demeuré stable. Les mensuels ont poursuivi leur croissance, et certains livres, comme *Recettes et Menus Santé Michel Montignac*, ont connu d'excellents succès de librairie.

3.4 NOUVEAUX MÉDIAS

En mai 1998, Groupe TVA a lancé son site Web *www.tva.ca*.

En septembre 1999, Groupe TVA a conclu une entente, notamment avec Vidéotron Communications inc., afin de créer une nouvelle entreprise dans le secteur Internet, InfiniT inc., qui regroupe le site Web de Groupe TVA et le portail *InfiniT*. Groupe TVA détenait une participation de 45 % dans cette nouvelle entreprise. Cette participation est passée à 50 % le 30 novembre 2000.

En décembre 1999, InfiniT a conclu une entente avec Netgraphe aux termes de laquelle le portail *InfiniT* de même que l'ensemble des ententes, partenariats et placements de InfiniT ont été transférés à Netgraphe en considération d'une participation de 45 % dans cette nouvelle entreprise. Cette participation est passée à 50 % le 30 novembre 2000.

En décembre 1999, InfiniT a conclu une entente avec Netgraphe aux termes de laquelle le portail *InfiniT* de même que l'ensemble des ententes, partenariats et placements de InfiniT ont été transférés à Netgraphe en considération d'une participation majoritaire dans Netgraphe. Netgraphe exploite le portail *La Toile du Québec*. L'entreprise regroupée exploite un portail de langue française servant de site d'accueil aux sites Internet québécois et de moteur de recherche pour ceux-ci, via lequel s'effectueront du commerce électronique, de la diffusion d'information générale et des services de référence spécialisés. InfiniT, devenue 9085-3011 Québec inc., détient 58 % du capital-actions de Netgraphe, le solde du capital-actions étant détenu par la haute direction de l'entreprise et le public.

Quebecor Média Inc., qui est devenue depuis l'acquisition de Vidéotron l'actionnaire de contrôle de Netgraphe, a procédé, en novembre 2000, à des changements au sein de la direction de Netgraphe. Quebecor Média Inc. a annoncé son intention de regrouper d'ici le 31 janvier 2001, ses opérations Internet dont, notamment, le site Internet Canoë, avec celles de Netgraphe.

3.5 PRODUITS DÉRIVÉS

En juillet 1999, Groupe TVA, en partenariat avec Les services de promotion et de publicité Effix inc., a lancé l'entreprise TVA Direct inc.

Cette entreprise vise à créer, développer et commercialiser des produits dérivés, principalement reliés aux émissions à l'antenne de TVA, afin d'accentuer la synergie commerciale avec les émissions de Groupe TVA. De plus, TVA Direct cherche à acquérir des droits et des licences d'exploitation de produits non liés à la programmation. Pour commercialiser ses produits, TVA Direct a recours à la distribution en kiosque, l'abonnement, la vente directe, le marketing direct et les promotions croisées.

Depuis sa mise en place, TVA Direct a, entre autres, participé à la mise en marché de fiches-recettes de l'émission *Maman Dion*, des vidéocassettes de conditionnement physique *En forme avec Josée*

Lavigneur, d'un disque compact et cassette-audio réunissant les meilleurs succès de l'émission *Jeunesse d'aujourd'hui* en plus de faire la promotion d'un album de musique country axé sur la télésérie *Willie*, diffusée à l'antenne de TVA à l'automne 2000.

3.6 IMMEUBLES

Groupe TVA et ses filiales sont propriétaires des immeubles décrits ci-dessous. Ces immeubles sont grevés d'une hypothèque pour garantir les emprunts bancaires de Groupe TVA.

Emplacement des immeubles	Secteurs d'activité
1405-1425, rue Alexandre de Sève Montréal (Québec) (168 657 pi ²)	bureaux administratifs, studios, équipement et entrepôt de décors
1600, boul. de Maisonneuve est Montréal (Québec) (285 550 pi ²)	bureaux administratifs, ateliers, entrepôt de décors et 3 étages de stationnement
1500, rue Papineau Montréal (Québec) (75 964 pi ²)	locaux loués
1971, boul. René-Lévesque est Montréal (Québec) (13 000 pi ²)	entrepôt
1, rue du Mont-Sainte-Claire Chicoutimi (Québec) (17 200 pi ²)	bureaux administratifs, studios, équipement et tour de transmission
1000, ave Myrand Sainte-Foy (Québec) (65 000 pi ²)	bureaux administratifs, studios, locaux loués, équipement et tour de transmission
3330, rue King ouest Sherbrooke (Québec) (56 000 pi ²)	bureaux administratifs, studios et locaux loués
465, boul. Ste-Anne Pointe-au-Père, Rimouski (Québec) (15 200 pi ²)	bureaux administratifs et studios
3625, boul. Chanoine Moreau Trois-Rivières (Québec) (13 600 pi ²)	bureaux administratifs et studios
2187, Larivière Montréal (Québec) (29 755 pi ²)	entrepôt

Emplacement des immeubles	Secteurs d'activité
Une partie de la subdivision numéro TROIS du lot originaire numéro VINGT-SIX (26-partie 3), division du canton d'Orford (54 445 acres)	terrain non utilisé
Parties des lots 275 et 276, Paroisse de Saint-Donat, division d'enregistrement de Rimouski (5 000 pi ²)	équipement en tour de transmission
Parties des lots 355 et 356 du cadastre officiel de la Paroisse de Notre-Dame du Mont-Carmel, division d'enregistrement de Champlain (9,3 hectares)	équipement et tour de transmission
Parties des lots 51A et 51B, 52A et 52B, Rang 4, division du Canton de Métabetchouan (36,42 hectares)	équipement et tour de transmission

3.7 AUDITOIRE ET PART DE MARCHÉ EN RADIODIFFUSION

Les données relatives à la population et aux auditoires présentées sous cette rubrique sont tirées des sondages BBM du printemps 2000. BBM est un organisme sans but lucratif composé de diffuseurs, d'annonceurs et d'agences de publicité qui effectue des sondages périodiques, lesquels constituent un estimé démographique des auditeurs dans les marchés de télévision au Canada. BBM effectue deux sondages importants auprès des téléspectateurs, soit celui de l'automne et celui du printemps; ces sondages comprennent une évaluation du rendement de la plupart des stations de radio et de toutes les stations de télévision au Canada.

Bien qu'il existe diverses façons d'évaluer le rendement des stations de télévision, les annonceurs ont recours notamment aux études faites par BBM pour planifier l'utilisation rationnelle des médias.

3.7.1 CFTM-TV (Montréal)

CFTM-TV est en concurrence directe avec trois (3) autres stations de télévision de langue française diffusant de Montréal, CBFT-TV (Radio-Canada), CIVM-TV (Télé-Québec) et CFJP-TV (Télévision Quatre Saisons) et avec les trois (3) stations de télévision de langue anglaise de Montréal, CFCF-TV (CTV), CBMT-TV (CBC) et Global Québec. De plus, une grande partie de l'auditoire de CFTM-TV a accès à plusieurs autres stations de télévision, dont les stations américaines WPTZ (NBC), WCAX (CBS), WVNY (ABC), le réseau FOX et les canaux spécialisés.

Dans le marché étendu francophone de Montréal, CFTM-TV occupe le premier rang en terme de part de marché; CFTM-TV occupe aussi la première position en terme de portée et d'heure totales d'écoute dans son rayonnement total. De plus, l'ensemble des téléspectateurs alloue en moyenne chaque semaine un total de 33 683 000 heures à l'écoute de CFTM-TV.

Stations	Part de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CFTM-TV	33 %	79 %	33 683 000
CBFT-TV	20 %	77 %	20 088 000
CFJP-TV	13 %	66 %	13 392 000
CIVM-TV	3 %	27 %	2 536 000
Autres	31 %	n/d	n/d

* Portée : pourcentage de la population ayant écouté la station pendant au moins quinze (15) minutes durant une semaine.

** Heures totales d'écoute : le nombre total des heures passées durant une semaine par tous les téléspectateurs à l'écoute de la station.

3.7.2 CFCM-TV (Québec)

Dans le marché étendu de Québec, CFCM-TV occupe le premier rang en terme de part de marché. CFCM-TV occupe également le premier rang en terme d'heures totales d'écoute dans son rayonnement total. Ses principaux concurrents directs sont CBVT-TV (Radio-Canada), CFAP-TV (Télévision Quatre Saisons) et Télé-Québec.

Stations	Part de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CFCM-TV	34 %	74 %	8 528 000
CBVT-TV	19 %	77 %	4 816 000
CFAP-TV	14 %	69 %	3 436 000
CIVQ-TV	2 %	25 %	502 000
Autres	31 %	n/d	n/d

3.7.3 CHLT-TV (Sherbrooke)

Dans le marché étendu de Sherbrooke, CHLT-TV occupe le premier rang en terme de part de marché et de portée. CHLT-TV occupe également le premier rang en terme d'heures totales d'écoute dans son rayonnement total. Ses principaux concurrents directs sont CKSH-TV (Radio-Canada), CFKS-TV (Télévision Quatre Saisons) et Télé-Québec.

Stations	Parts de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CHLT-TV	36 %	78 %	5 479 000
CKSH-TV	15 %	74 %	2 207 000
CFKS-TV	12 %	61 %	1 872 000
CIVS-TV	2 %	18 %	228 000
Autres	35 %	n/d	n/d

3.7.4 CFER-TV (Rimouski/Matane/Sept-Iles)

Dans le marché étendu de Rimouski/Matane/Sept-Iles, CFER-TV occupe le premier rang en terme de part de marché. CFER-TV occupe également le premier rang en terme d'heures totales d'écoute dans son

rayonnement total. Ses principaux concurrents directs sont Radio-Canada, Télévision Quatre Saisons et Télé-Québec.

Stations	Part de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CFER-TV	34 %	68 %	2 409 000
RC	19 %	81 %	1 307 000
TQS	13 %	71 %	890 000
TQ	2 %	22 %	127 000
Autres	32 %	n/d	n/d

3.7.5 CHEM-TV (Trois-Rivières)

Dans le marché étendu de Trois-Rivières, CHEM-TV occupe le premier rang en terme de part de marché. CHEM-TV occupe également le premier rang en terme d'heures totales d'écoute dans son rayonnement total. Ses principaux concurrents directs sont CKTM-TV (Radio-Canada), CFKM-TV (Télévision Quatre Saisons) et Télé-Québec.

Stations	Part de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CHEM-TV	33 %	74 %	2 861 000
CKTM-TV	19 %	75 %	1 620 000
CFKM-TV	11 %	56 %	948 000
CIVC-TV	2 %	24 %	164 000
Autres	35 %	n/d	n/d

3.7.6 CJPM-TV (Chicoutimi)

Dans le marché étendu de Chicoutimi-Jonquière, CJPM-TV occupe le premier rang en terme de part de marché. CJPM-TV occupe également le premier rang en terme d'heures totales d'écoute dans son rayonnement total. Ses principaux concurrents directs sont CKRS-TV (Radio-Canada), CFRS-TV (Télévision Quatre Saisons) et Télé-Québec.

Stations	Part de marché	Portée*	Heures totales d'écoute rayonnement total**
CJPM-TV	34 %	83 %	3 004 000
CKRS-TV	21 %	82 %	1 866 000
CFRS-TV	15 %	73 %	1 307 000
CIVU-TV	2 %	21 %	160 000
Autres	28 %	n/d	n/d

3.8 ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Compte tenu de la nature de ses activités, Groupe TVA n'est pas à ce jour engagée dans un programme de recherche et de développement. Par ailleurs, la Compagnie investit des sommes importantes afin

d'augmenter l'efficacité de son exploitation grâce à la mise en place et à l'utilisation de technologies nouvelles.

3.9 QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES

La nature des activités de Groupe TVA fait en sorte que les lois en matière d'environnement n'ont pas d'incidence importante sur son exploitation et il n'est pas prévu qu'elles en aient à l'avenir.

3.10 RESSOURCES HUMAINES ET RELATIONS DE TRAVAIL

Au 27 août 2000 et suite à l'acquisition de Trustar et de Motion International, le nombre de salariés permanents de Groupe TVA et de ses filiales est passé de 1 080 à plus de 1 420. Les relations de travail de Groupe TVA et ses employés sont régies par douze conventions collectives.

En 1998, Groupe TVA a entrepris une démarche auprès du Conseil canadien des relations industrielles (le « CCRI »), afin de revoir l'organisation syndicale actuelle de Groupe TVA. Suite à la décision du CCRI rendue au printemps 2000, quatre unités de négociations de Groupe TVA (Montréal) ont été amalgamées en une seule. Cette décision permet de régler les problèmes juridictionnels posés par les nombreuses transformations techniques et technologiques en cours dans le secteur de la radiodiffusion.

3.11 APERÇU DE L'INDUSTRIE, CONCURRENCE ET FACTEURS DE RISQUE

3.11.1 RADIODIFFUSION

Le secteur de la radiodiffusion est en concurrence directe avec tous les autres médias publicitaires. La répartition de l'assiette publicitaire entre ces divers médias est déterminée par plusieurs facteurs notamment la conjoncture économique, les préférences des annonceurs et l'intérêt pour le produit offert.

Au cours des dernières années, le secteur de la radiodiffusion au Québec a dû composer avec un environnement très concurrentiel en raison de la multiplication des services spécialisés et de l'accroissement des activités de vente de temps d'antenne des stations appartenant à l'état. En plus de l'offre télévisuelle accrue, les téléspectateurs sont de plus en plus sollicités par l'Internet et sa gamme de services périphériques, qui pourraient détourner leur intérêt. Toutefois, les conséquences négatives des nouveaux médias sur le secteur de la radiodiffusion ont été jusqu'à maintenant limitées.

Les entreprises de radiodiffusion sont sensibles aux fluctuations cycliques de l'économie, qui ont un impact direct sur leurs bénéfices, en raison du fait que ces entreprises ont des coûts fixes élevés.

Les revenus de Groupe TVA dépendent de la valeur du temps d'antenne disponible déterminée dans une large mesure par les cotes d'écoute, qui sont quant à elles tributaires du contenu de la programmation.

3.11.2 PRODUCTION ET DISTRIBUTION DE PRODUITS AUDIOVISUELS

Les principaux concurrents de Groupe TVA dans le secteur de la production télévisuelle sont les producteurs indépendants et les maisons de production affiliées directement aux télédiffuseurs. Il y a lieu de noter toutefois qu'une portion importante des revenus de JPL provient de la production d'émissions destinées à l'antenne de Groupe TVA.

JPL et TVA International bénéficient de programmes de financement gouvernementaux qui pourraient être modifiés. Depuis les dernières années, les modifications apportées à ces programmes n'ont pas réellement touché les opérations ou les résultats de JPL et de TVA International. Nous croyons que ces programmes seront maintenus au cours des années à venir.

Les principaux concurrents de TVA International dans le secteur de la production et de la distribution de produits audiovisuels sont les producteurs et les distributeurs canadiens importants. TVA International s'assure de prendre les mesures nécessaires afin de minimiser les risques inhérents à ses opérations à l'étranger. Toutefois, TVA International dépend des règles édictées par les traités bilatéraux de coproduction de films et d'émissions de télévision conclu entre le Canada et d'autres pays. La qualification en vertu des traités en vigueur des coproductions de TVA International avec des partenaires étrangers relève de critères et de règles sur lesquels TVA International n'a pas de contrôle et qui peuvent changer, auquel cas TVA International sera appelée à adapter le mode de financement de ces coproductions.

3.12 VARIATIONS SAISONNIÈRES

Les variations saisonnières du commerce de détail influencent les résultats financiers trimestriels de Groupe TVA. Ainsi, les premier et troisième trimestres de l'année financière sont traditionnellement les plus forts.

RUBRIQUE 4

PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

4.3 POLITIQUE DE DIVIDENDES

Le 29 juin 1999, le conseil d'administration de Groupe TVA a approuvé la mise en vigueur d'une politique de dividendes. Aux termes de cette politique, pour chacune de leurs actions, les actionnaires inscrits ont droit de recevoir les dividendes que le conseil d'administration établit en tenant compte des résultats de l'année financière précédente et des prévisions futures. De plus, cette politique prévoit que le paiement des dividendes ne doit pas excéder 20 % des bénéfices nets de la Compagnie pour l'année précédente. Ce paiement, lorsqu'approuvé par le conseil, se fait sur une base trimestrielle. En application de cette politique, le conseil d'administration a déclaré un dividende de 0,05 \$ par action pour chaque trimestre de l'exercice financier 2000 ainsi que pour le premier trimestre de l'exercice financier 2001.

ANNEXE C

PARTIE DE LA NOTICE ANNUELLE DE NURUN INC.

RUBRIQUE 4 - DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

4.1 Secteur des services d'affaires électroniques

A. Contexte sectoriel

Avec l'expansion rapide d'Internet depuis 1994, l'industrie des technologies de l'information s'est profondément modifiée pour faire place à un tout nouveau segment du marché global des technologies de l'information, soit celui des « services et solutions Internet ».

Ayant mis un terme à leurs investissements dans le passage à l'an 2000, les entreprises ont commencé à investir dans des initiatives visant à leur permettre d'utiliser Internet pour développer leurs marchés ainsi que leurs relations avec des partenaires d'affaires.

IDC prévoyait que le marché pour les « services Internet et d'affaires électroniques » croîtrait de façon importante de 1998 à 2003, soit de 7,8 milliards de dollars à environ 78,6 milliards de dollars en 2003, ce qui représente une croissance moyenne annuelle de 58 %.

Cette croissance est caractérisée par un changement dans le profil des projets que réalisent les entreprises. Ainsi, les projets « Internet » sont passés rapidement du simple site Web visant à établir une « présence » sur le World Wide Web à des applications fort complexes qui supportent des activités critiques pour les organisations. L'envergure et la complexité des projets « Internet » réalisés par les entreprises exigent, de plus en plus, des compétences importantes dans le domaine des technologies de l'information, tout en exigeant des compétences en matière de stratégie d'affaires, de marketing, de nouveaux médias et de création.

C'est le regroupement de ces compétences provenant de diverses disciplines au sein d'un même fournisseur de services qui a donné lieu à la naissance de ce nouveau segment de marché en très forte progression appelé les « intégrateurs WEB ». En effet, les clients recherchent des partenaires capables de leur offrir, au moyen d'un processus intégré, des équipes regroupant ces différentes disciplines. Plusieurs nouvelles entreprises essaient de relever le défi associé à cette intégration en offrant un guichet unique pour la réalisation de nouveaux projets « Internet ».

Au cours des dernières années, des conditions exceptionnelles ont stimulé la croissance du marché de l'intégration Web. La demande provenant des entreprises point.com et du Global 1000 ainsi que la rareté des ressources humaines spécialisées dans Internet (qu'il s'agisse des ressources internes ou externes) causée par le passage à l'an 2000 et les conversions de monnaies à l'euro, tout comme par la nouveauté des technologies Internet et de sites Web, ont entraîné une croissance significative du marché des services d'affaires électroniques. En raison de préoccupations concernant la mise en marché et l'approvisionnement, les sociétés ont souvent accéléré les processus d'engagement et de gestion de consultants externes spécialisés dans le Web, ce qui a maintenu une pression à la hausse sur le prix des projets et les coûts pour les clients.

Au cours des derniers mois cependant, la demande de services d'affaires électroniques a baissé, particulièrement en Amérique du Nord. Le marché est passé d'une demande de mise en marché rapide à un cycle de vente plus lent. Les clients du Global 1000 sont revenus à un mode de prise de décisions plus pondéré et plus lent en matière d'obtention de services d'affaires électroniques. On assiste donc à un retour aux principes fondamentaux en ce qui concerne les marches à suivre pour le recours à des consultants, leur évaluation et la gestion des fournisseurs. Deuxièmement, la concurrence visant les entreprises de services d'affaires électroniques s'accroît, les entreprises de consultation traditionnelles et les services internes de technologie de l'information ayant maintenant acquis des compétences en matière d'Internet. Troisièmement, la demande de services d'intégration Internet en provenance du secteur point.com a considérablement fléchi, le capital de risque étant maintenant investi beaucoup plus prudemment qu'il y a un an.

B. Sommaire des activités de la Société

nurun intègre toutes les connaissances et les technologies très complexes nécessaires pour mettre le pouvoir du Web au service des entreprises. Elle offre un éventail complet de solutions et de produits dans les domaines suivants :

- ° Commerce électronique
- ° Marketing en ligne
- ° Solutions de publication automatisée (SPA)
- ° Intranets et extranets
- ° Sites Web
- ° Intégration de systèmes
- ° Gestion des relations avec la clientèle (GRC)
- ° Marketing numérique.

Au 31 décembre 2000, le secteur des services d'affaires électroniques de nurun comptait plus de 890 professionnels répartis entre ses bureaux de Montréal, Québec, Toronto, Ottawa, Charlotte, New York, Boston, Paris, Milan, Madrid et Santiago.

C. Stratégie de développement de la Société

nurun entend poursuivre une stratégie de développement de ses activités à l'échelle internationale en misant sur ses solutions, sa pénétration de marchés verticaux ciblés, les multinationales qu'elle compte parmi ses clients ainsi que la synergie créée avec les autres sociétés de Quebecor pour offrir des solutions uniques aux entreprises désirant prendre le virage du commerce électronique sur Internet.

i) Un développement accompagnant la présence internationale de Quebecor et ciblant des marchés spécifiques

nurun entend déployer ses activités partout où Quebecor est présente à travers le monde, notamment aux États-Unis, au Canada, en Europe et en Amérique du Sud. Elle vise ainsi à profiter des relations d'affaires existantes entre Quebecor ou Quebecor World et leurs clients.

nurun entend établir un partenariat étroit avec les autres sociétés du groupe Quebecor, dont Canoë, le portail le plus important du Canada d'après le nombre de visiteurs, Groupe

Vidéotron, Corporation Sun Media, 2^e groupe de presse au Canada d'après la diffusion quotidienne moyenne et Quebecor World, premier imprimeur commercial canadien d'après les produits d'exploitation. Ce partenariat permettra à nurun d'offrir des solutions uniques permettant aux entreprises de profiter des avantages d'Internet, en augmentant leur utilisation des médias imprimés.

En Europe, nurun entend faire partie des cinq (5) intégrateurs Internet les plus importants en se positionnant dans les marchés où Quebecor est déjà présent. nurun entend également privilégier des relations d'affaires avec des sociétés multinationales qui demandent d'être servies dans plusieurs pays, et ce, afin d'accélérer sa pénétration de différentes régions d'Europe.

Aux États-Unis, nurun entend miser sur ses relations avec Quebecor World et privilégier un développement des marchés verticaux où Quebecor World dispose déjà d'une clientèle importante. Les marchés verticaux privilégiés sont :

- le commerce de détail
- la distribution
- la publication et l'édition
- l'industrie du voyage et du tourisme.

Dans tous ces marchés verticaux, le commerce électronique, les solutions Internet et la publication automatisée jouent de plus en plus un rôle stratégique, en complémentarité avec l'imprimé traditionnel.

ii) Le développement de solutions distinctives basées sur un modèle de bénéfice récurrent

nurun entend se distinguer en offrant des solutions distinctives intégrant les fonctions de publication automatisée avec des solutions de commerce électronique et de gestion des actifs « médias » afin que les entreprises puissent intégrer le recours à l'imprimé traditionnel et le commerce électronique sur Internet. nurun entend offrir également les services permettant d'intégrer ces solutions dans les systèmes d'information des grandes organisations qui les utilisent.

À cet effet, nurun peut procéder à des investissements ciblés afin de développer ces solutions ou d'acquérir certaines entreprises possédant des actifs de propriété intellectuelle, lui conférant un avantage concurrentiel dans ce créneau particulier.

Par ailleurs, nurun entend faire évoluer progressivement son modèle de bénéfice afin d'accroître le pourcentage de produits d'exploitation récurrents; c'est-à-dire en tirant des produits d'exploitation d'ententes à long terme, en facturant ses solutions en fonction de l'utilisation ou en octroyant des licences d'utilisation pour ses produits. Ce mode d'utilisation de ses solutions sera supporté par des ententes à long terme, ce qui devrait augmenter la durée moyenne des carnets de commande. De plus, la Société compte tirer des marges brutes plus importantes en adoptant ce modèle d'affaires.

iii) Un rythme de croissance rapide appuyé par un plan d'acquisition sélectif

nurun a pour objectif de devenir l'un des plus grands fournisseurs internationaux du monde dans le domaine des solutions Internet, axé sur l'élaboration de stratégies d'affaires électroniques intégrant des activités commerciales en ligne et hors ligne. La force de nurun réside dans son analyse stratégique et sa compréhension des affaires de ses clients ainsi que sur sa capacité de concevoir des solutions en fonction de leurs besoins particuliers.

Afin d'atteindre cet objectif, nurun envisage des acquisitions dans les différents marchés où elle compte s'établir, et ce, afin de profiter rapidement des occasions qui s'offrent à elle et de maintenir un rythme de croissance rapide.

Les acquisitions seront soigneusement planifiées de façon à respecter les objectifs stratégiques de développement de façon à assurer une cohésion à l'entreprise. Les cibles potentielles d'acquisition seront des entreprises permettant à nurun :

- de prendre position dans de nouveaux marchés géographiques,
- de disposer de solutions à valeur ajoutée dans les marchés verticaux ciblés et
- d'acquérir l'expertise spécifique des industries ciblées.

Pour mettre ce plan en oeuvre, nurun peut compter sur l'appui de Quebecor, qui possède une expertise reconnue dans le domaine de l'acquisition et de l'intégration d'entreprises. nurun a d'ailleurs formé une équipe multidisciplinaire regroupant des compétences en finances, en fiscalité et en gestion d'entreprise, et qui est entièrement consacrée à la réalisation de ce plan.

iv) Un fournisseur privilégié pour les sociétés du groupe Quebecor

L'objectif de nurun est d'aider chacune des sociétés du groupe Quebecor à exploiter le potentiel d'Internet afin d'optimiser leur processus interne et leurs relations d'affaires avec leurs clients, fournisseurs et partenaires d'affaires.

En conséquence, nurun désire profiter de son positionnement dans l'ensemble des sociétés du groupe Quebecor afin de devenir un fournisseur privilégié de solutions Internet et d'affaires électroniques auprès de ces sociétés.

D. Concurrence

L'industrie des solutions Internet se caractérise par un niveau élevé de concurrence et un grand nombre de concurrents sur les marchés internationaux, nationaux et régionaux, tous étant des concurrents réels ou éventuels de la Société. Ainsi, on retrouve un décloisonnement marqué dans le secteur des solutions Internet. Les concurrents de nurun sont des fournisseurs de services de communication-marketing, des agences de publicité offrant des solutions Internet, des intégrateurs informatiques traditionnels qui offrent certains services de développement de solutions Internet et, enfin, des sociétés de communication graphique, qui ont été fort actives dans la création de la première génération de sites Internet.

Les principaux concurrents de la Société sont BCE Emergis Inc., Cognicase Inc. et Cyberplex inc. au Canada, Scient Corp, Viant Corporation, Sapient, Proxicom aux États-Unis et des sociétés comme FI System et Valtech en Europe.

Ces concurrents ont des connaissances technologiques, un nombre d'employés et des ressources financières différentes les uns des autres, mais ils sont tous assujettis aux mêmes facteurs du marché lorsqu'ils offrent des solutions Internet : la fonctionnalité, le rendement et la fiabilité des solutions et de la méthodologie, l'expérience, la disponibilité et la productivité du personnel, de même que les coûts. Se fondant sur son expérience, la Société croit qu'elle livre concurrence favorablement en ce qui concerne ces facteurs, notamment par son leadership au Canada et en France et aussi grâce à l'appui de son partenaire stratégique, Quebecor, afin de percer le marché américain.

E. Propriété intellectuelle

nurun compte sur un ensemble de lois portant sur le droit d'auteur, les secrets commerciaux et les marques de commerce et sur des procédures en matière de confidentialité et des dispositions contractuelles en vue d'établir et de protéger ses droits à l'égard de ses logiciels et de sa technologie exclusive. La Société conclut généralement des contrats de non-divulgence avec ses employés et des tiers, et elle limite l'accès aux codes sources de ses produits logiciels. La Société considère ses codes sources comme de l'information dont elle a la propriété exclusive et elle essaie de protéger les versions de codes sources de ses produits, ainsi que la documentation et autres écrits, tels que les secrets commerciaux et œuvres non publiées protégées par le droit d'auteur. La Société a conclu, et elle pourrait à l'occasion être tenue de conclure, avec certains clients, des contrats d'entierement de ses codes sources qui en prévoient la libération si elle s'avérait incapable de remplir ses obligations contractuelles.

La Société ne possède aucun enregistrement de brevet ou de droit d'auteur au Canada ni dans aucun autre territoire, et aucune telle demande n'a été déposée. Les lois actuelles sur le droit d'auteur et les secrets commerciaux n'offrent qu'une protection limitée et les lois de certains pays dans lesquels les produits de la Société sont utilisés ne protègent pas les produits de la Société ni ses droits de propriété intellectuelle dans la même mesure que les lois canadiennes. Certaines dispositions de licences et contrats de partenariat stratégique conclus par la Société, y compris les dispositions visant la protection contre l'usage, le transfert et la divulgation non autorisés, pourraient s'avérer inexécutables en vertu des lois de certains territoires, et la Société est tenue de négocier de temps à autre des limites à ces dispositions.

La Société a des marques de commerce déposées au Canada mais, à ce jour, celles-ci n'ont pas eu une incidence importante sur ses activités.

F. Ressources humaines

Les professionnels qui travaillent pour la Société s'efforcent d'offrir à leurs clients des solutions novatrices et rentables grâce à un programme d'assurance de la qualité et à des cours de formation structurés. Depuis 1995, la Société détient une accréditation ISO-9001 pour certaines de ses activités pour les bureaux de Montréal, Québec et Ottawa. Ce programme d'assurance de la qualité est complété par des cours de formation visant à assurer que le personnel suit l'évolution dans les différents domaines appropriés. De plus, la Société a mis sur pied des groupes d'experts dans divers domaines pour appuyer les membres de son personnel. Ce concept

permet aux professionnels de gérer des projets complexes en peu de temps. Ainsi, nurun est en mesure de répondre aux besoins commerciaux et technologiques changeants de ses clients.

Au 31 décembre 2000, le secteur des services d'affaires électroniques de la Société comptait 890 employés et experts-conseils indépendants, dont environ 80 % étaient affectés à des activités professionnelles et près de 20 %, à des tâches administratives. Les employés de nurun ne font partie d'aucun syndicat ni n'ont conclu de convention collective.

G. Risques associés aux établissements étrangers

Pour avoir un aperçu des risques inhérents et des incertitudes associées aux établissements étrangers de la Société, il y a lieu de se reporter à la Discussion et analyse portant sur l'exercice terminé le 31 décembre 2000 (aux pages 29 et suivantes du Rapport annuel 2000 de la Société), laquelle est intégrée dans les présentes par renvoi.

H. Restructuration

Pour avoir une brève explication des mesures de restructuration prises par la Société au cours du quatrième trimestre de l'exercice terminé le 31 décembre 2000, il y a lieu de se reporter à la Discussion et analyse portant sur l'exercice terminé le 31 décembre 2000 (aux pages 24 et suivantes du Rapport annuel 2000 de la Société), laquelle est intégrée dans les présentes par renvoi.

4.2 Secteur des solutions d'ingénierie d'essai

Il y a lieu de se reporter à la notice annuelle de Mindready datée du 14 mai 2001 (sous « Rubrique 4 -DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ »), laquelle est intégrée dans les présentes par renvoi, qui décrit ce domaine de l'activité de la Société qu'elle exerce par l'intermédiaire de sa filiale Mindready.

4.3 Produits d'exploitation tirés des principaux produits et services de la Société

Durant l'exercice terminé le 31 décembre 2000, le secteur des services d'affaires électroniques et celui des solutions d'ingénierie d'essai de la Société ont compté, respectivement, pour 63,9% et 36,1% du total des produits d'exploitation de la Société. En 1999, la Société était essentiellement organisée par secteur géographique dont les activités étaient surtout exercées dans un unique secteur, celui des technologies de l'information.

RUBRIQUE 5 - PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

5.2 Dividendes

La Société ne prévoit pas verser de dividendes dans un avenir prévisible et a l'intention de réinvestir son bénéfice pour financer sa croissance à long terme.

ANNEXE D

PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE SOLUTIONS MINDREADY INC.

RUBRIQUE 4 - DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

A - Généralités

Mindready est un des principaux fournisseurs de solutions d'ingénierie d'essai et de communication en temps réel pour les fabricants de matériel d'origine (« **OEM** ») et les fournisseurs de services manufacturiers électroniques (« **fournisseurs EMS** ») de l'industrie électronique de pointe. Les OEM et les fournisseurs EMS utilisent les services et les produits de Mindready pour concevoir, fabriquer et tester des produits électroniques complexes.

Les clients de Mindready oeuvrent dans les secteurs des réseaux optiques, du sans-fil, du multimédia et de l'aéronautique, et comprennent des sociétés telles que Nortel Networks, JDS Uniphase, C-MAC Industries Inc. (« **C-MAC** »), SCI Systems, Inc. (« **SCI Systems** »), Hewlett-Packard Company (« **Hewlett-Packard** »), The Boeing Company (« **Boeing** »), Xerox Corporation (« **Xerox** ») et Texas Instruments Incorporated. Les ventes à Nortel Networks ont représenté environ 76 % du chiffre d'affaires total pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000.

Le principal secteur d'activité de la Société est celui des solutions d'ingénierie d'essai. La Société conçoit et implante des solutions d'essai électronique pour toutes les étapes du processus de contrôle de la qualité requis par les clients, y compris des solutions d'essais à rayons X, en circuit, fonctionnels et environnementaux. L'ingénierie d'essai est un élément essentiel du processus de production. Pour les exercices terminés les 31 décembre 1999 et 2000, les solutions d'ingénierie d'essai ont représenté respectivement environ 63 % et 87 % du chiffre d'affaires total de la Société. Environ 90 % des activités d'ingénierie d'essai de la Société sont liées aux secteurs des réseaux optiques et des composants optiques.

Mindready a un secteur d'activité complémentaire, celui des solutions de communication en temps réel, qu'elle utilise comme plateforme pour vendre ses solutions d'ingénierie d'essai. Cette unité d'exploitation a représenté environ 37 % et 13 % du chiffre d'affaires total de Mindready pour les exercices terminés les 31 décembre 1999 et 2000 respectivement. Dans ce secteur d'activité, Mindready conçoit et met au point des logiciels de communication spécialisés qui sont intégrés dans des produits d'OEM. De plus, la Société commercialise des produits de communication exclusifs fondés sur la norme de communication à haute vitesse IEEE-1394/FireWire^{mc}. FireWire est une marque de commerce de Apple Computer, Inc., déposée aux États-Unis et dans d'autres pays.

La Société a établi une relation stratégique avec Nortel Networks. Nortel Networks, fournisseur de premier plan d'équipement pour réseaux, notamment pour réseaux optiques à grande capacité, a exprimé l'intention de poursuivre et d'étendre sa relation stratégique existante avec la Société en acceptant de promouvoir la Société à l'interne en tant que fournisseur privilégié pour certains services d'ingénierie. Nortel Networks a également investi une somme de 10 M\$ dans Mindready afin de soutenir la croissance des activités d'ingénierie d'essai de la Société.

La Société a l'intention de travailler à la concentration du marché en acquérant et en regroupant des sociétés possédant des compétences connexes, y compris des concurrents, qui sont habituellement de petites sociétés privées régionales. Mindready a mené à bien six acquisitions depuis septembre 1999 et a

regroupé les marchés locaux à Montréal (Canada), à Paignton (Angleterre) et à Monkstown (Irlande du Nord), où Nortel Networks a des installations de fabrication de produits pour réseaux optiques assez importantes.

Mindready est une filiale de nurun, qui est elle-même une filiale en propriété indirecte de Quebecor. Nurun, dont les actions sont inscrites à des fins de négociation à la Bourse de Toronto, est un réseau mondial de premier plan qui élabore des stratégies d'affaires électroniques visant à soutenir les activités de vente et de marketing multicanaux de clients prestigieux dans un environnement « clic et mortier » et compte plus de 1 200 professionnels dans 19 grandes villes situées un peu partout dans le monde. Quebecor est une société de communication qui exerce ses activités en Amérique du Nord, en Europe, en Amérique latine et en Asie, notamment dans les secteurs de l'imprimerie, de la publication de journaux, des nouveaux médias et de la radiodiffusion, ainsi que dans ceux des livres, des magazines et de la musique.

B - Aperçu du secteur

Mindready profite d'une tendance marquée vers l'impartition observée parmi les OEM, qui ont de plus en plus recours à des fournisseurs de logiciels/matériel, à des sociétés d'experts-conseils, à des entreprises de EMS et à des sous-traitants qui les aident à respecter les contraintes relatives à la mise en marché. Alors qu'il y a quelques années encore les OEM étaient responsables de la plus grande partie du cycle de développement de leurs produits, ils se tournent maintenant vers des fournisseurs externes pour tous les aspects du cycle de développement des produits, à commencer par l'ingénierie, la conception et le développement de systèmes jusqu'à la fabrication ou au montage et à l'essai. Technology Forecasters Inc., entreprise de recherche et de consultation spécialisée dans la technologie, estime que le pourcentage du coût total des produits vendus dans l'industrie électronique faisant l'objet d'une impartition par les OEM sera de 17,1 % en 2003, alors qu'il était de 9,5 % en 1998.

L'ingénierie d'essai est un élément crucial du processus de fabrication des produits électroniques de pointe en raison de la complexité et des exigences élevées quant à la fiabilité qui y sont associées. Les OEM et les entreprises de EMS utilisent des logiciels et du matériel spécialisés de fournisseurs de solutions d'ingénierie d'essai tels que Mindready afin d'optimiser la capacité de production de produits finaux qui répondent à leurs normes de qualité.

C - Solutions de Mindready

Mindready est un des principaux fournisseurs de solutions d'ingénierie d'essai et de communication en temps réel pour les OEM et les fournisseurs EMS de l'industrie électronique de pointe. Les OEM et les fournisseurs EMS utilisent des services et des produits de Mindready qui les aident à concevoir, à fabriquer et à tester des produits électroniques complexes.

Solutions d'ingénierie d'essai

Les OEM et les sous-traitants doivent s'assurer du degré élevé de qualité de leurs produits électroniques à toutes les étapes du processus de fabrication. Afin d'atteindre cet objectif, ils utilisent des processus d'ingénierie d'essai, tels que les essais en circuit et les essais fonctionnels, qui doivent être intégrés dans leurs processus de production. En raison de la complexité de ces produits électroniques évolués, l'ingénierie d'essai joue un rôle important dans la capacité de production et la qualité finale des produits. Comparativement à la production il y a une décennie, les essais représentent maintenant un élément du processus de production essentiel à la mission de la plupart des fabricants de produits

électroniques évolués. Par exemple, la production de composants optiques exige beaucoup de temps et est caractérisée par de faibles rendements en raison de la précision requise par le processus de production. Mindready aide ses clients à améliorer la qualité des produits, le rendement et le volume de la production en fournissant des services de développement de logiciels d'essai et d'intégration de postes d'essai.

La Société a accru son expérience et son expertise dans le domaine de l'ingénierie d'essai grâce à l'acquisition de CGL, d'ECI, de Beltron, d'ADA, de CCS et de Mindready NI. Cette unité d'exploitation a représenté environ 87 % des produits d'exploitation consolidés de Mindready pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000.

Étant donné que l'ingénierie d'essai est un élément crucial du processus de production, certaines sociétés ont recours à Mindready pour qu'elle les aide à livrer leurs produits avant leurs concurrents. Mindready exerce un rigoureux contrôle de gestion et produit des rapports fréquemment afin de s'assurer que les services d'ingénierie d'essai seront fournis à temps. Les services d'essai de Mindready ont obtenu la certification ISO-9001, et la Société a prouvé sa capacité de gérer et de fournir ses services d'ingénierie d'essai en temps opportun.

Les solutions d'ingénierie d'essai de Mindready offrent notamment les avantages suivants :

- *Amélioration de la qualité.* La Société conçoit, développe et implante des solutions logicielles pour la vérification des systèmes haut de gamme. Ces solutions d'ingénierie d'essai aident à déceler les anomalies de production dans les plaquettes de circuits intégrés et à garantir que les systèmes complexes fonctionnent de la façon voulue.
- *Accélération de la mise en marché.* La Société aide ses clients à raccourcir le cycle de développement des produits en recommandant des améliorations aux procédures d'essai et en fournissant ses solutions d'ingénierie d'essai en temps opportun. Mindready développe et améliore constamment ses outils et ses processus.
- *Amélioration du rendement.* L'accent mis par Mindready sur l'amélioration des procédures d'essai se traduit finalement par une augmentation de la capacité de production de ses clients. En outre, grâce à ses services de duplication de postes d'essai, les clients de la Société disposent de l'équipement dont ils ont besoin pour accélérer la mise à l'essai des systèmes électroniques complexes.
- *Amélioration du processus de production.* Mindready fournit des solutions de développement de logiciels qui aident les clients à améliorer leurs processus de production hors du cadre de l'ingénierie d'essai. Par exemple, Mindready a participé au développement de solutions pour des bancs d'essai d'alignement, c'est-à-dire des micro-robots utilisés pour la mise en place de composants optiques très petits dans des émetteurs lasers. Le logiciel développé par Mindready réduit considérablement le temps nécessaire pour former les opérateurs à l'utilisation des bancs d'essai d'alignement et contribue à la standardisation du processus de production du client.
- *Prestation de services complets.* Les clients peuvent obtenir de Mindready des services d'ingénierie d'essai clé en main. Ces services englobent la conception, le développement et l'implantation de solutions logicielles pour l'ensemble du processus d'essai, y compris les essais à rayons X, en circuit, fonctionnels et environnementaux.

- *Service à la clientèle adapté aux besoins.* Mindready met à la disposition de ses clients un personnel de vente et de service compétent, formé pour comprendre les exigences techniques, et recommande les meilleures solutions d'ingénierie d'essai pour chaque client. Les ingénieurs de Mindready affectés à la vente et au service à la clientèle arrivent à suivre l'évolution rapide des exigences des clients parce qu'ils communiquent fréquemment avec eux.

Les essais dans le processus de production

Une chaîne de montage typique de produits électroniques comprend des postes d'essais à rayons X, en circuit et fonctionnels ainsi que des postes pour les essais environnementaux. Mindready intègre le matériel, les logiciels et les services d'ingénierie d'essai dont les OEM et les fournisseurs EMS ont besoin pour effectuer les essais à ces différents postes. Mindready distingue ces services en deux domaines d'expertise : i) l'ingénierie d'essai en circuit, qui englobe les services utilisés dans les postes d'essais à rayons X et en circuit, ainsi que ii) l'ingénierie d'essai fonctionnel, qui englobe les services nécessaires dans les postes d'essai fonctionnel et environnementaux du processus de production.

i) Ingénierie d'essai en circuit

Les OEM et les sous-traitants doivent tester les plaquettes de circuits imprimés pour les systèmes qu'ils conçoivent et prévoient produire en série. La première étape de la procédure d'essai en circuit est habituellement celle de l'essai à rayons X, qui consiste dans le balayage tridimensionnel d'une plaquette de circuits imprimés afin de déceler des erreurs dans le placement et le soudage des composants qui ne peuvent être décelées par l'inspection visuelle. L'étape de l'essai à rayons X est normalement suivie de celle de l'essai en circuit au cours de laquelle les circuits de la plaquette sont vérifiés physiquement à un certain nombre de points d'essai différents sur la plaquette. Le groupe d'ingénierie d'essai en circuit de Mindready conçoit, prépare et exécute les fichiers de données et les applications d'essai requis pour la vérification des plaquettes de circuits imprimés.

L'essai en circuit consiste dans l'examen électrique de plaquettes de circuits imprimés complexes, examen visant à déceler les défauts de production et fournissant l'assurance que le montage des produits n'est pas susceptible d'engendrer des défauts qui seraient décelés plus tard au cours du processus de production. Comme il s'agit d'un processus relativement rapide qui est facile à vérifier, l'essai en circuit fait gagner un temps précieux qui pourrait être perdu autrement durant le processus d'essai fonctionnel, qui est beaucoup plus long. L'essai en circuit constitue donc une étape cruciale de la production de produits électroniques.

Le service d'ingénierie d'essai en circuit de Mindready comporte la conception et le développement de logiciels qui serviront à tester les produits électroniques aux postes d'essai à rayons X et en circuit du fabricant. Mindready est dotée d'un poste d'essai en circuit d'avant-garde, ou tête témoin, qui lui permet de développer et de tester les logiciels qui seront utilisés ultérieurement par les fabricants de produits électroniques pour tester les plaquettes de circuits imprimés sur l'équipement se trouvant dans leurs locaux pendant le processus de production. À la connaissance de la Société, un seul de ses concurrents au Canada possède un poste d'essai de ce calibre. Mindready vérifie également la testabilité de plaquettes de circuits imprimés en analysant les spécifications de la conception assistée par ordinateur (CAO) des OEM et des sous-traitants.

ii) Ingénierie d'essai fonctionnel

Une fois que les plaquettes de circuits imprimés ont franchi avec succès l'étape d'essai en circuit pendant le processus de production, elles sont soumises à l'essai fonctionnel, qui détermine si elles fonctionnent de la façon voulue. Les deux étapes principales de l'essai fonctionnel sont les suivantes : i) les essais effectués au poste d'essai fonctionnel, lequel est composé de divers instruments d'essai et appareils d'examen; et ii) l'essai environnemental ou de fiabilisation, qui consiste essentiellement à exposer les plaquettes de circuits imprimés à des températures extrêmes dans un four, tout en effectuant certains tests.

Afin de tester la fonctionnalité des plaquettes de circuits imprimés à ces deux étapes différentes, les OEM et les sous-traitants ont besoin de logiciels d'essai. Mindready conçoit et développe les logiciels nécessaires pour effectuer les diverses vérifications requises à chacune des deux étapes du processus d'essai fonctionnel.

Mindready travaille également en étroite collaboration avec ses clients pour construire les postes d'essai qui sont nécessaires pour tester les nouvelles plaquettes de circuits imprimés ou des versions légèrement modifiées de plaquettes de circuits imprimés existantes. Mindready équipe ces postes d'essai de divers instruments d'essai, appareils d'examen et montages d'essais personnalisés fournis par des fournisseurs externes ainsi que de logiciels d'essai développés par Mindready. Au cours de l'exercice 2000, Mindready a livré des postes d'essai à Nortel Networks, qui les utilise pour tester ses cartes de réseaux optiques à une échelle de production en série dans ses propres installations. Ces postes d'essai sont fonctionnels dès qu'ils arrivent aux installations de production des clients et, sauf lors de l'entretien périodique, ils sont constamment utilisés dans le cadre du processus de production en série.

Comme l'essai fonctionnel demande plus de temps que l'essai en circuit, les OEM ont besoin d'un grand nombre de postes d'essai fonctionnel identiques, parfois des dizaines pour un type particulier de plaquettes de circuits imprimés, afin d'éviter les goulots d'étranglement pendant la production. Pour les copies des postes d'essai, les principales tâches de Mindready consistent dans l'approvisionnement, le montage et l'intégration électronique des postes — y compris les instruments d'essai, les appareils d'examen, les câbles, les ordinateurs, les montages de test, etc. — et dans l'essai final et la préparation du système requis avant de le mettre en exploitation, ce qu'on appelle la mise en service. La création d'une copie d'un poste d'essai prend de trois à quatre semaines, puisque Mindready n'a plus à investir plusieurs mois dans la conception et le développement de logiciels d'essai pour les copies de postes d'essai existants.

Solutions de communication en temps réel

Mindready a un secteur d'activité complémentaire, celui des solutions de communication en temps réel, qu'elle utilise comme plateforme pour vendre ses solutions d'ingénierie d'essai. Cette unité d'exploitation a représenté environ 13 % des produits d'exploitation consolidés de Mindready pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000. Dans ce secteur d'activité, Mindready conçoit et développe des logiciels de communication spécialisés pour diverses normes de protocoles, dont le protocole Internet, IEEE-1394, USB, ADSL et ISDN, qui permettent aux clients de créer des fonctionnalités de réseau pour leurs systèmes embarqués et leurs composants électroniques.

Ces logiciels de communication spécialisés sont utilisés dans divers appareils autres que des PC (ordinateurs personnels) qui sont fondés sur la technologie des systèmes embarqués. Il s'agit notamment des assistants numériques, des téléphones cellulaires, des ordinateurs de bord que l'on trouve dans les

automobiles et de nombreux autres appareils informatiques dont l'interface avec l'utilisateur diffère du type normal, tel que le clavier et l'écran. Cette présence accrue d'appareils autres que des PC a une incidence positive sur la demande de services d'ingénierie logicielle nécessaires pour la construction et le soutien des systèmes embarqués en temps réel.

De plus, la Société commercialise des logiciels et du matériel de communication exclusifs fondés sur la norme IEEE-1394/FireWire^{mc}, qui permet la transmission à haute vitesse entre divers appareils informatiques à l'aide d'un simple connecteur sériel enfichable. Ces produits, utilisés dans divers marchés dont ceux du multimédia, de l'aéronautique et de la vidéo numérique, permettent à Mindready de compléter sa gamme de services professionnels avec une suite de produits visible, ce qui facilite la commercialisation de la gamme complète de solutions de Mindready à de nouveaux OEM et fournisseurs EMS. Les clients de Mindready qui achètent ses produits 1394 comprennent Xerox, Maxtor, Fujitsu Limited (« **Fujitsu** »), Boeing, NASA-JPL (Jet Propulsion Laboratory), Lockheed-Martin Corporation et Hewlett-Packard. Les conventions conclues avec des clients à l'égard des produits 1394 de la Société comprennent des licences visant ces produits et des services d'intégration et de personnalisation spécialisés.

Les services de communication en temps réel de Mindready sont fournis à partir de son centre d'expertise de Montréal et visent le marché nord-américain. Habituellement, les services de Mindready sont fournis aux termes de contrats forfaitaires ou établis suivant un tarif quotidien. Mindready profite d'un taux de change favorable parce que la plupart de ces projets sont facturés en dollars américains, alors que les frais relatifs à leur exécution sont engagés en dollars canadiens.

D - Relation stratégique avec Nortel Networks

Selon la Société, les services d'ingénierie d'essai sont un élément capital pour l'établissement de Nortel Networks comme chef de file mondial dans le domaine des réseaux optiques. Mindready est un fournisseur clé de services d'ingénierie d'essai aux établissements de réseaux optiques de Nortel Networks. Nortel Networks a renforcé sa relation avec Mindready, le 15 juin 2000, en signant une entente commerciale visant les services de Mindready et en investissant 10 millions de dollars dans la Société. En échange de l'investissement de 10 millions de dollars, Mindready a émis à Nortel Networks un million d'unités du capital de la Société composées chacune d'une action privilégiée de premier rang, série A (qui ont toutes été converties conformément à leurs modalités en actions à droit de vote subalterne, à raison d'une action pour une action, le 21 décembre 2000) et de trois quarts (0,75) de bon de souscription d'actions à droit de vote subalterne (« **bons de souscription** »). Cette relation stratégique constitue un élément clé de la stratégie de croissance de la Société.

Dans le cadre de cette relation stratégique, la Société, nurun et Nortel Networks ont conclu une convention entre actionnaires le 15 juin 2000 (« convention entre actionnaires ») énonçant leur entente mutuelle en ce qui concerne les modalités et les conditions de leur association au sein de la Société.

Sous réserve de la conformité aux lois sur les valeurs mobilières applicables, en cas d'offre de la part d'un tiers ou si un actionnaire désire vendre la totalité ou une partie de ses titres, la convention entre actionnaires stipule un droit de premier refus à l'égard des titres détenus par les actionnaires vendeurs. Sous réserve des lois sur les valeurs mobilières applicables, si, advenant la réalisation d'une opération découlant d'une offre faite à nurun ou par celle-ci, une autre personne que nurun a le droit de nommer ou d'élire au moins 50 % des membres du conseil d'administration de la Société (« **conseil d'administration** »), à la condition que Nortel Networks détienne au moins 5 % des actions alors en

circulation de la Société (exclusion faite des bons de souscription) (« **offre entraînant un changement de contrôle** »), Nortel Networks aura le droit (mais non l'obligation) d'acheter la totalité mais non moins que la totalité des actions et des titres de la Société convertibles en actions alors détenus par nurun selon les modalités et les conditions de cette offre entraînant un changement de contrôle.

Conformément à la convention entre actionnaires, à la condition que i) Nortel Networks détienne au moins 5 % des capitaux propres de la Société (exclusion faite des bons de souscription) et ii) Nortel Networks ou l'un des membres de son groupe maintienne avec la Société une relation commerciale importante pour les affaires de la Société, les questions suivantes doivent être soumises à l'approbation de Nortel Networks :

- a) tout investissement direct ou indirect de la Société dans un concurrent (défini ci-dessous);
- b) la vente de la totalité ou de la quasi-totalité de l'actif de la Société ou de droits de propriété intellectuelle qui sont importants pour l'entreprise de la Société et qui ont servi ou ont été créés conformément au contrat cadre de service (défini ci-après);
- c) l'augmentation du nombre d'administrateurs devant être élus au conseil d'administration; et
- d) l'acquisition d'actions ou d'éléments d'actif d'un concurrent par la Société ou une fusion, un regroupement, une coentreprise, une société de personnes, y compris une société en commandite, une restructuration ou toute autre alliance stratégique intervenant entre la Société et un concurrent.

On entend par « **concurrent** », aux termes de la convention entre actionnaires, toute société qui tire des produits d'exploitation supérieurs à 50 millions de dollars de la vente d'équipement de télécommunications ou de réseau, ou toute société vendant ou mettant au point des produits pour réseaux optiques.

En plus de ces droits conférés par la convention entre actionnaires, certains droits d'inscription pouvant être exercés dans certaines circonstances ont été octroyés à Nortel Networks.

Le texte qui suit décrit la composante commerciale de la relation stratégique existant entre la Société et Nortel Networks :

La Société et Nortel Networks ont conclu un contrat cadre de service (« **contrat cadre de service** ») relativement à des services d'ingénierie d'essai devant être fournis par la Société à Nortel Networks et à ses filiales. Les services spécifiques devant être fournis par la Société aux termes du contrat cadre de service sont déterminés par Nortel Networks et la Société de temps à autre, au fur et à mesure des besoins et des commandes, aux prix et suivant les modalités et les conditions générales énoncées dans le contrat cadre de service. Ces services comprennent les essais en circuit, le développement de logiciels d'essai fonctionnel et la reproduction de bancs d'essai.

Le contrat cadre de service a une durée initiale de 36 mois, commençant le 15 juin 2000, et est renouvelable pour une durée supplémentaire de 24 mois avec l'accord écrit mutuel des parties.

Nortel Networks a exprimé l'intention de poursuivre et d'étendre sa relation stratégique existante avec la Société en acceptant de promouvoir la Société à l'interne en tant que fournisseur privilégié pour

certain services d'ingénierie. Conformément au contrat cadre de service, la Société a l'intention d'adapter son plan d'affaires stratégique aux exigences commerciales globales de Nortel Networks.

Aux termes du contrat cadre de service, la Société s'est engagée à ne pas fournir à des concurrents de Nortel Networks le genre de services visés par le contrat cadre de service jusqu'à la fin de ce contrat, à la condition, toutefois, que cette restriction ne nuise pas à la capacité de la Société de fournir des services à des concurrents de Nortel Networks, ou de faire des affaires avec ceux-ci, dans des domaines d'activité qui ne sont pas reliés aux services fournis aux termes de ce contrat et qui ne découlent pas non plus de ces services. La Société prévoit que ses services feront l'objet d'une demande suffisante, aussi bien de la part de Nortel Networks, de ses sous-traitants et de ses fournisseurs que de sociétés n'appartenant pas au secteur des réseaux optiques, de sorte que, selon elle, cette restriction ne limitera pas sa croissance.

E - Clientèle

Les solutions d'ingénierie d'essai de Mindready sont actuellement fournies à Nortel Networks. En raison de la tendance vers l'impartition de la fabrication de produits électroniques, Mindready se trouve également à fournir de plus en plus de produits et de services à des sous-traitants et à des fournisseurs EMS qui servent à leur tour d'importants OEM. Par exemple, Mindready travaille avec des fournisseurs clés de Nortel Networks, tels que C-MAC, SCI Systems et JDS Uniphase.

Pour ce qui est de la gamme de solutions de communication en temps réel, les clients de Mindready sont habituellement d'importants OEM de produits électroniques œuvrant dans les secteurs des télécommunications, de l'aéronautique et du multimédia.

Dans le secteur des télécommunications, la clientèle de la Société comprend Texas Instruments Incorporated et Nortel Networks.

Dans le secteur de l'aéronautique, la clientèle de la Société comprend Lockheed Martin Corporation, Boeing, FlightSafety International, Inc., CMC Électronique Inc., Northrop Grumman Corporation, Dassault Aviation, Thomson CSF et Thomson Training & Simulation.

Dans le secteur du multimédia, la clientèle de la Société comprend Hewlett-Packard, Fujitsu, Maxtor, Xerox et Omicron Vakuumphysik GmbH.

F - Commercialisation et vente

À l'échelle mondiale, les activités de commercialisation et de vente de la Société sont dirigées par M. Thomas Poitras, vice-président, ventes et marketing de la Société, dont les tâches principales comprennent le développement des affaires ainsi que les ventes et la commercialisation touchant les activités générales de la Société. Cette fonction est gérée de façon centralisée à partir du siège social de la Société à Montréal, et elle compte actuellement six professionnels.

Dans le domaine de l'ingénierie d'essai, Mindready applique une stratégie de vente directe afin de servir des OEM et des fournisseurs EMS ciblés. La relation stratégique de Mindready avec Nortel Networks est gérée de façon centralisée à partir du siège social de la Société, tandis que la prestation des services est gérée localement.

Pour ce qui est de l'offre de solutions de communication en temps réel, la Société combine une approche de vente directe avec l'utilisation d'un réseau de six distributeurs en Europe et au Japon et de dix représentants techniques aux États-Unis ainsi que d'intégrateurs de systèmes capables d'intégrer les services et les solutions de la Société dans des projets de plus grande envergure.

En général, la stratégie de vente de la Société cible le marché nord-américain à partir de son établissement de Montréal, où elle tire profit de sa tarification favorable comparativement à ses concurrents américains. Les clients de Mindready profitent d'un taux de change favorable pour le dollar canadien et du coût moindre des ressources et des matières dans le marché de Montréal.

La Société mène également une campagne de commercialisation ciblée, axée principalement sur des événements et des publications se spécialisant dans les OEM de produits électroniques en temps réel. Mindready participe à un certain nombre d'expositions chaque année et publie régulièrement des articles dans des publications spécialisées.

G - Concurrence

Solutions d'ingénierie d'essai

Contrairement au marché de la fabrication en sous-traitance où un groupe de sociétés bien établies exercent leurs activités à l'échelle internationale, le marché dans lequel Mindready œuvre est encore composé de sociétés privées régionales, relativement petites. La concurrence se livre surtout au niveau local, et très peu de sociétés peuvent offrir une aussi vaste gamme de services de développement de logiciels et de matériel que Mindready.

Les concurrents de la Société dans le marché des services d'ingénierie d'essai comprennent des fournisseurs d'instruments d'essai, des sociétés d'experts-conseils spécialisées et des services d'ingénierie d'essai internes d'importants OEM.

La première catégorie de concurrents se compose de fournisseurs qui offrent des services professionnels en plus de leurs instruments d'essai exclusifs. Les concurrents dans cette catégorie comprennent Genrad, Inc., Agilent Technologies, Inc., Wavetek Wandel Goltermann, Inc. (WWG) et Tektronix, Inc. Habituellement, ces sociétés offrent du support pour leurs propres produits et certaines ressources pour la personnalisation et l'intégration d'autres produits mais, la plupart du temps, elles ont recours à de l'aide externe de fournisseurs tels que Mindready pour implanter les solutions d'ingénierie d'essai pour leurs clients. L'ingénierie d'essai ne se situe pas au cœur de l'activité de ces concurrents.

La deuxième catégorie de concurrents se compose de sociétés d'experts-conseils spécialisées fournissant des logiciels d'essai personnalisés à des OEM et à des fabricants de produits microélectroniques. La plupart de ces concurrents ont moins de 200 employés et œuvrent dans un seul marché local. Ces concurrents comprennent MAXSYS Technologies Corporation, Datest Corporation, Symtx et Instrumentation Engineering, Inc.

La troisième catégorie de concurrents comprend les services d'essai internes d'importants OEM. Afin de convaincre ces OEM d'impartir leurs activités, Mindready doit leur offrir une valeur ajoutée sous la forme de la souplesse opérationnelle, de l'expertise dans le développement de leur infrastructure d'essai et de la capacité d'exercer des activités à l'échelle mondiale. En cherchant à atteindre ces objectifs, Mindready profite de la tendance vers l'impartition observée dans le marché de la fabrication en sous-traitance, où ces avantages sont déjà bien connus de ses clients.

Solutions de communication en temps réel

Les concurrents de la Société sur le marché des solutions de communication en temps réel comprennent une vaste gamme de fournisseurs de logiciels et de sociétés d'experts-conseils possédant une expertise en matière de plateformes matérielles spécifiques ou à l'égard d'un environnement de système d'exploitation spécifique.

Les concurrents dans cette catégorie comprennent Cadence Design Systems, Inc., mBedded Innovations, Inc., Qestra Corporation, Real Time Products Ltd., Sparta, Inc., TCOM, Inc., AMIRIX Systems Inc. et Expert Ease Software Inc. Certaines sociétés étrangères, telles que Baton Rouge International, Inc., offrent également des services de développement de logiciels. Sur le marché plus spécialisé des logiciels 1394, les principaux concurrents de la Société sont Unibrain S.A., Zayante, Inc., Systran Corporation, SBS Technologies, Inc. et Intoto, Inc. Tous ces concurrents sont de petite taille et, ne disposant pas d'autant de moyens que la Société, ils ne peuvent offrir, comme elle, des services complets.

H - Propriété intellectuelle

La Société possède des droits de propriété intellectuelle à l'égard de produits basés sur la norme de communication IEEE-1394/FireWire^{mc}, y compris « SEDNET », qui est utilisée pour la commercialisation et la vente de ces produits. SEDNET est une marque de commerce de la Société déposée à la fois au Canada et aux États-Unis. La Société a également demandé l'enregistrement au Canada et aux États-Unis de la marque de commerce MINDREADY.

Généralement, la Société conclut des ententes de non-divulcation avec des employés et des tiers et restreint l'accès aux codes sources de ses logiciels. La Société considère ses codes sources comme des renseignements exclusifs et cherche à protéger les versions des codes sources de ses produits, ainsi que la documentation et d'autres documents écrits, comme des secrets commerciaux et des œuvres non publiées protégées par le droit d'auteur. En dépit des précautions prises par la Société, il est possible que des parties non autorisées copient ou recréent par rétroingénierie des parties des produits de la Société ou obtiennent et utilisent d'une autre manière des renseignements que la Société considère comme exclusifs.

I - Ressources humaines

Au 31 décembre 2000, la Société employait environ 400 personnes, dont environ 280 travaillent dans la région du grand Montréal (Québec, Canada) et environ 75 et 45, respectivement, dans les installations de la Société situées à Paignton (Angleterre) et en Irlande du Nord. Des 400 employés, environ 80 % sont des ingénieurs et des techniciens. Les employés de la Société ne sont pas syndiqués et n'ont pas conclu de convention collective. La Société, qui n'a jamais connu d'arrêt de travail, estime que ses relations avec ses employés sont très bonnes.

Recrutement et formation

La croissance substantielle des produits d'exploitation de la Société depuis la fin de l'exercice 1999 a entraîné des augmentations du même ordre au chapitre de l'embauche de personnel. La Société emploie une équipe d'au moins trois recruteurs pour identifier les personnes les plus compétentes et qualifiées. Afin d'accroître sa capacité de recrutement, la Société accorde des bourses et offre des

stages à des étudiants de niveau collégial et universitaire. Le perfectionnement du personnel est crucial pour la Société puisqu'il accroît la polyvalence, l'autonomie et la productivité de chacun des membres de son personnel. La Société offre donc toujours à ses employés diverses possibilités de formation tout au long de l'année, par exemple celle de suivre des cours de formation continue à l'université et des séminaires de formation (y compris des cours techniques et de gestion). La Société entend continuer d'investir dans la formation afin de maintenir un haut niveau d'expertise, de compétence, de productivité et de croissance.

Certification ISO-9001

La Société détient un certificat ISO-9001 à l'égard de ses activités montréalaises et a commencé à mettre cette norme en application dans tous ses établissements.

J - Exploitation et installations

Exploitation

Le siège social de Mindready est situé à Saint-Laurent (Québec). À cet endroit, la Société exerce également ses activités de recherche et de développement ainsi que ses activités mondiales de vente et de commercialisation. La Société n'a pas d'installations aux États-Unis et sert tous ses clients américains à partir de son établissement situé à Saint-Laurent (Québec).

La Société exerce la plus grande partie de ses activités d'ingénierie d'essai à quatre endroits : Saint-Laurent et Lachine (Québec, Canada), Paignton (Angleterre) et Carrickfergus (Irlande du Nord).

Installations

La Société n'est propriétaire d'aucun immeuble. Le tableau qui suit donne certains renseignements concernant les locaux loués par la Société.

<u>Emplacement</u>	<u>Type d'installation</u>	<u>Superficie en pieds carrés</u>	<u>Type d'intérêt</u>	<u>Expiration du bail</u>
2800, avenue Marie-Curie Saint-Laurent (Québec) (« Technoparc »)	Locaux pour bureaux et production	50 000	Location	31 mai 2011
6525, Abrams Saint-Laurent (Québec).....	Locaux pour bureaux et production	9 214	Location	31 juillet 2004
Maple House, Aspen Way Yalberton Industrial Estate Paignton (Devon) Angleterre	Locaux pour bureaux et production	20 000	Location	31 juillet 2005
Unit 36/1 Carrickfergus Industrial Center 75 Belfast Road Carrickfergus (Irlande du Nord).....	Locaux pour bureaux et production	8 460	Location	1 ^{er} février 2006

<u>Emplacement</u>	<u>Type d'installation</u>	<u>Superficie en pieds carrés</u>	<u>Type d'intérêt</u>	<u>Expiration du bail</u>
Unit 36/3-4 Carrickfergus Industrial Center 75 Belfast Road Carrickfergus (Irlande du Nord).....	Locaux pour bureaux et production	8 000	Location	31 mars 2002

K - Facteurs de risque

En plus des autres informations figurant ailleurs dans la présente notice annuelle, les épargnants éventuels devraient étudier attentivement les facteurs de risque suivants :

Dépendance envers Nortel Networks

Les produits d'exploitation tirés de ses activités avec Nortel Networks ont représenté un total d'environ 76 % des produits d'exploitation de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000. La Société prévoit que, dans un proche avenir, les produits d'exploitation tirés de ses activités avec Nortel Networks continueront de représenter une part importante de ses produits, et rien ne garantit que Nortel Networks continuera à faire appel aux solutions de la Société. La perte de la clientèle de Nortel Networks ou la baisse des produits d'exploitation découlant des activités avec Nortel Networks aurait des effets négatifs importants sur les activités, la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société. De même, Nortel Networks profite de certains droits qui empêchent la Société de fournir à des concurrents de Nortel Networks le genre de services visés par le contrat cadre de service. La Société prévoit cependant que ses services feront l'objet d'une demande suffisante, à la fois de la part de Nortel Networks, des sous-traitants et fournisseurs de celle-ci et de la part de sociétés n'appartenant pas au secteur des réseaux optiques, de sorte que, selon elle, cette restriction ne limitera pas sa croissance.

Absence de garantie quant aux produits d'exploitation ou au volume d'activités liés à Nortel Networks

Le 15 juin 2000, la Société a conclu une relation stratégique avec Nortel Networks (voir « Rubrique 4 – Description de l'activité — Relation stratégique avec Nortel Networks »). Cependant, cette entente ne garantit pas de produits d'exploitation ni de volume d'activité, et la Société est exposée au risque que Nortel Networks réduise l'utilisation qu'elle fait des ressources de la Société pour des raisons indépendantes de la qualité et du prix de l'expertise de la Société ou de la demande relative à cette expertise, ce qui pourrait avoir des effets négatifs importants sur les activités, la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société.

Les clients de la Société, dont Nortel Networks, achètent généralement les produits et services de la Société aux termes de bons de commande individuels et peuvent annuler ou reporter des achats au moyen d'un court préavis sans qu'il y ait de pénalité importante. La réduction des achats, les annulations de bons de commande ou les reports d'achats peuvent avoir des effets négatifs importants sur les résultats d'exploitation de la Société, en particulier si la Société ne les prévoit pas.

Risque lié au programme d'acquisition

La Société entend rester à l'affût de possibilités d'acquisition d'entreprises afin d'étendre ses activités au niveau international et d'acquérir également des produits et des technologies complémentaires par rapport à ses propres produits et technologies. Rien ne peut garantir qu'en bout de ligne, la Société réalisera de telles acquisitions ni qu'elle sera en mesure de bien intégrer les activités d'une entreprise acquise à ses propres activités. Le processus d'intégration des activités d'une société acquise à celles de la Société peut donner lieu à des difficultés d'exploitation et à des dépenses continues et extraordinaires, accaparer une part considérable de l'attention de la direction qui serait autrement consacrée au développement continu des activités de la Société et ajouter des charges aux résultats d'exploitation.

Capacité d'attirer et de garder du personnel clé

Le succès de la Société est en partie tributaire de sa capacité de recruter et de garder à son service des cadres supérieurs clés ainsi que du personnel qualifié en génie, en vente et en commercialisation. La Société croit qu'elle sera en mesure d'engager du personnel qualifié à ces fins, mais l'inverse pourrait avoir des effets négatifs importants sur sa capacité de commercialiser et de vendre ses services. Le marché du personnel qualifié, en particulier en génies informatique et électrique, a toujours fait l'objet d'une très forte concurrence, et la Société considère que cette situation se poursuivra. La demande de gestionnaires de projets, d'ingénieurs et de programmeurs expérimentés devrait continuer de croître de façon considérable pendant plusieurs années encore.

Risque lié aux fluctuations des taux de change

Les ventes à des clients en Europe ont représenté environ 58 % des produits d'exploitation de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000. La Société prévoit qu'une partie croissante de ses produits d'exploitation proviendra de ses activités internationales. Un pourcentage grandissant des produits d'exploitation de la Société provient de l'extérieur du Canada. En conséquence, la Société est exposée aux fluctuations des taux de change entre le dollar canadien et la devise utilisée pour les opérations. Les ventes étrangères de la Société sont surtout conclues en livres sterling et en dollars américains. La Société n'a pas encore cherché à couvrir les risques liés aux fluctuations des taux de change. Une augmentation de la valeur du dollar canadien par rapport aux devises pourrait avoir des effets négatifs importants sur les marges d'exploitation de la Société.

Capacité de gérer la croissance

Compte tenu des occasions d'affaires qu'offre le secteur des réseaux optiques, en particulier en ingénierie d'essai, la stratégie d'affaires de la Société prévoit une croissance rapide. Si la Société connaît une croissance rapide, sa capacité d'être rentable peut dépendre, entre autres choses, de sa capacité de gérer simultanément un grand nombre de personnes et de projets d'ingénierie à l'échelle mondiale. L'incapacité de la direction de la Société de bien s'adapter à l'évolution des conditions technologiques et commerciales et de bien les gérer pourrait avoir des effets négatifs importants sur les activités, la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société.

Capacité de relever les défis liés à l'exploitation au niveau international

Compte tenu des récentes acquisitions de la Société en Angleterre et en Irlande du Nord (voir « Rubrique 3 – Développement général de l'activité – Historique/Acquisitions »), une partie importante

de ses produits d'exploitation et de ses bénéfices proviendront d'activités internationales. Même si la Société a à priori établi ses activités internationales, elle cherchera à s'implanter dans d'autres pays. De ce fait, elle s'expose aux risques qui se rattachent à ces activités, notamment :

- des modifications imprévues des exigences réglementaires;
- les taux d'imposition, droits de douane et autres barrières tarifaires;
- l'instabilité politique et économique des marchés étrangers;
- les défis liés à la dotation en personnel et à la gestion d'exploitations étrangères attribuables au nombre restreint de candidats qualifiés;
- les lois et pratiques en matière d'emploi dans les pays étrangers, qui pourraient accroître les coûts et réduire l'efficacité des exploitations dans ces pays; et
- les cycles de paiement des débiteurs plus longs et les difficultés de recouvrement possibles.

Tous ces facteurs pourraient nuire aux activités internationales de la Société ainsi qu'à son rendement financier et à ses résultats d'exploitation futurs.

Concentration de la propriété des actions

Au 31 mars 2001, nurun était le véritable propriétaire d'environ 63,6 % des actions de participation en circulation, ce qui représentait environ 81,0 % des droits de vote s'attachant à la totalité des actions de participation. Cette propriété fera en sorte que nurun sera en mesure d'exercer le contrôle sur toutes les questions nécessitant l'approbation des actionnaires, notamment l'élection des administrateurs et l'approbation des opérations importantes.

Absence de dividendes

La Société ne prévoit pas verser de dividendes dans un avenir immédiat. À l'heure actuelle, la Société entend conserver les bénéfices en vue de les réinvestir dans ses activités et de rembourser sa dette. De plus, la facilité de crédit et les conventions d'emprunt bancaire de la Société limitent le versement de dividendes par la Société et ses filiales dans certains cas. Voir « Rubrique 5 – Principaux éléments d'information financière consolidée - Dividendes ».

Instabilité du cours des actions liées à la haute technologie

Le cours des actions de la Société pourrait subir d'importantes fluctuations attribuables à ses résultats d'exploitation trimestriels, à la conjoncture générale des marchés des capitaux, aux commentaires des analystes financiers et à d'autres facteurs. Le cours des actions de la Société pourrait également subir d'importantes fluctuations imputables aux résultats de Nortel Networks et au secteur de la technologie en général.

Évolution technologique

Les marchés sur lesquels Mindready exerce ses activités se caractérisent par des technologies et des normes industrielles en évolution. Si la Société fait défaut de respecter les normes requises et en

évolution de l'industrie ou des utilisateurs ou qu'elle tarde à le faire, il pourrait en découler des effets négatifs importants sur ses activités, ses résultats d'exploitation et sa situation financière. La capacité de la Société de prévoir les changements touchant la technologie, les normes techniques et les produits offerts constituera un facteur important de la réussite de la Société dans sa pénétration de nouveaux marchés.

Responsabilité éventuelle

Il existe un risque que les solutions de la Société puissent contenir des erreurs ou des défauts. Bien que la Société limite, par contrat, sa responsabilité à l'égard des dommages-intérêts découlant de ses activités de fourniture de produits et de systèmes, rien ne peut garantir que les clauses relatives à ces limites seront opposables dans tous les cas ou dans tous les territoires. De plus, des litiges, sans égard aux contrats, pourraient entraîner des coûts importants pour la Société, détourner l'attention de la direction et les ressources des activités de la Société et donner lieu à de la publicité négative susceptible de nuire aux efforts de commercialisation en cours de la Société. Bien que la Société bénéficie de l'assurance responsabilité civile de Quebecor, rien ne peut garantir que cette assurance couvrira les réclamations ou que les réclamations ne dépasseront pas les limites d'assurance.

Dépendance envers le secteur

Les secteurs et les marchés sur lesquels la Société vend ses produits peuvent être cycliques. Ces replis sectoriels se caractérisent par une baisse de la demande de produits, une surcapacité de production et un recul subséquent des prix de vente moyens. Il est probable que tout ralentissement important des marchés de Mindready ou de la conjoncture économique en général entraînerait une diminution de la demande relative aux produits et services de Mindready.

Concurrence

La Société est confrontée à la concurrence possible des exploitations d'ingénierie d'essai de ses clients actuels et éventuels, qui évaluent sans cesse les avantages découlant de l'utilisation de ressources internes par rapport à l'impartition (voir « Rubrique 4 – Description de l'activité — Concurrence »). Mindready fera face à des pressions concurrentielles accrues pour augmenter ses activités afin de demeurer concurrentielle. Une recrudescence de la concurrence de la part de concurrents existants ou éventuels pourrait entraîner des baisses de prix, une réduction du nombre de commandes de clients ou la perte de part du marché.

RUBRIQUE 5 - PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

C - Dividendes

La Société se propose actuellement de conserver ses bénéfices futurs, s'il en est, pour les affecter à ses activités et elle ne prévoit pas verser de dividendes dans un avenir prévisible. Toute décision de verser des dividendes futurs demeurera la prérogative du conseil d'administration et sera prise compte tenu de la situation financière de la Société et d'autres facteurs jugés pertinents par le conseil d'administration. De plus, les conventions visant les facilités de crédit et les prêts bancaires restreignent le versement de dividendes par la Société et ses filiales dans certaines circonstances.

ANNEXE E

PARTIES DE LA NOTICE ANNUELLE DE NETGRAPHE INC.

DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Les activités de la société couvrent les domaines de l'édition (diffusion de contenu grand public), de la publicité, du commerce électronique ainsi que des services de conception, de réalisation, d'hébergement et de maintenance de sites web en plus des forums de discussion et les "chats".

Le modèle d'affaires de l'édition de la société est supporté par le marché en pleine croissance de la publicité sur Internet ainsi que par celui en pleine explosion du commerce électronique.

Les événements ayant affecté le développement des activités de la société sont les suivants :

- Septembre 1999: Netgraphe devient une compagnie publique dont les titres sont inscrits à la cote de la Bourse de Montréal sous le symbole WWW.
- Décembre 1999: Netgraphe acquiert InfiniT.com et les actifs Internet du Groupe TVA inc. et de Vidéotron Communications Inc. Netgraphe est recueillie à la Bourse de Toronto sous le symbole WWW.
- Décembre 1999: Netgraphe prend une participation de 66 % dans le web financier Webfin.
- Décembre 1999: Netgraphe prend une participation de 75 % dans Jobboom, premier service d'emploi spécialisé au Québec.
- Avril 2000: Netgraphe augmente sa participation dans Jobboom à 100 % et acquiert Ma Carrière Inc., un éditeur spécialisé dans les services de gestion de carrière.
- Mai 2000: Netgraphe augmente sa participation dans Webfin à 100 %.
- Août 2000: Netgraphe signe un accord de principe avec 9Telecom, une filiale française du groupe Telecom Italia, aux termes duquel Netgraphe et 9Telecom formeront une entreprise de coparticipation dans l'Europe francophone.
- Septembre 2000: Netgraphe acquiert Progisia Informatique et sa filiale, Force Informatique, lesquelles sont spécialisées en intégration de systèmes et en services en technologies de l'information et en commerce électronique.

ANALYSE PAR LA DIRECTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Politique de dividendes

La société prévoit utiliser ses bénéfices éventuels pour financer sa croissance. Elle n'a pas déclaré ou versé de dividendes à ce jour et n'envisage pas de le faire dans un avenir rapproché. La politique de dividende est établie par le conseil d'administration après analyse de la situation financière de Netgraphe, des ses plans de développement et d'autres facteurs.

Analyse de l'exploitation

STRUCTURE DE L'ENTREPRISE

L'exercice 2000 a été marqué par un repositionnement des activités de Quebecor inc. s'inscrivant dans une stratégie visant à rééquilibrer les activités autour de deux grands pôles : le pôle industriel, avec les activités d'imprimerie commerciale de Quebecor World Inc. et le pôle média, avec Quebecor Média inc. Cette nouvelle filiale permet de jeter les bases d'un modèle de convergence qui contribuera à la cristallisation de synergies importantes dans l'ensemble des propriétés médias de la Compagnie. La nouvelle structure des activités de Quebecor est le résultat de transactions majeures conclues au cours de l'exercice.

Tout d'abord, le 18 avril 2000, aux termes d'accords conclus au préalable entre Abitibi-Consolidated Inc., Donohue Inc. et Quebecor inc., Abitibi-Consolidated a acheté la totalité des actions en circulation de Donohue dans le cadre d'une opération réglée en espèces et en actions d'Abitibi-Consolidated. Quebecor a ainsi cédé sa position de contrôle dans Donohue en échange d'une somme de 317 millions de dollars et d'une participation d'environ 11 % dans Abitibi-Consolidated. La transaction consistait en une prise de contrôle inversée d'Abitibi-Consolidated par Donohue, les actionnaires de Donohue ayant reçu dans l'échange un nombre d'actions d'Abitibi-Consolidated leur permettant d'exercer le contrôle de celle-ci. À la suite de cette transaction et étant donné que Quebecor n'a ni le contrôle d'Abitibi-Consolidated ni une influence notable sur celle-ci, le secteur Produits forestiers est considéré comme une activité abandonnée depuis le premier trimestre de 2000. Les résultats et les flux de trésorerie des exercices antérieurs ont été redressés en conséquence.

En octobre 2000, Quebecor a transféré à Quebecor Média les actions de sa filiale en propriété exclusive Communications Quebecor inc. Ce transfert a été effectué après que les actions de TQS inc. (secteur Télédiffusion) aient été distribuées à Quebecor. Les actifs de Communications Quebecor ainsi transférés comprennent : la participation de 70 % dans Corporation Sun Media (secteur Journaux), la participation d'environ 57 % dans Nunun inc. (secteur Intégration Web – Technologie), tous les actifs du secteur Internet – Portails (incluant entre autres les portails canadiens, français et espagnol du réseau CANOE)

ainsi que tous les actifs du secteur Livres, Magazines et Musique, maintenant le secteur Loisir et divertissement. Concomitamment, de nouvelles actions de Quebecor Média ont été émises à Capital Communications CDP, une filiale de Caisse de dépôt et placement du Québec, en échange d'une contrepartie lui conférant une participation de 45,28 % dans la nouvelle filiale Quebecor Média.

Par suite de cette transaction, Quebecor Média complétait, le 23 octobre 2000, l'acquisition stratégique de Groupe Vidéotron ltée. Les principaux actifs de Groupe Vidéotron incluent ceux de Vidéotron ltée (secteur Câblodistribution), de Groupe TVA inc. (secteur Télédiffusion), ces deux secteurs d'activité étant sujets à l'approbation des organismes de réglementation, de Netgraphe inc. (secteur Internet – Portails) et Le Super-Club Vidéotron ltée (chaîne de magasins de vidéo loisir). Les filiales Vidéotron Télécom ltée et Protectron inc., œuvrant respectivement dans les domaines du transport de données et de la télésurveillance, ne constituent pas des éléments d'actif jugés stratégiques et sont détenues à des fins de revente. Les détails relatifs à la transaction d'achat de Groupe Vidéotron sont présentés sous la rubrique « Investissements ».

La résultante de ces transactions fait en sorte que Quebecor, par l'entremise de participations directes et indirectes dans plusieurs entreprises, déploie ses activités dans six secteurs différents. Elle exerce des positions de contrôle dans plusieurs sociétés dont Quebecor World, Quebecor Média et TQS. Quebecor Média possède une participation majoritaire dans Corporation Sun Media, Nunun, Groupe TVA et Netgraphe. Elle est l'unique actionnaire de Vidéotron, de Quebecor Nouveaux Médias et de Communications Quebecor.

Quebecor World exerce ses activités dans le secteur de l'imprimerie. Elle est la plus importante société d'impression commerciale du monde et s'impose comme un chef de file dans la plupart de ses créneaux : magazines, encarts publicitaires, annuaires, catalogues, imprimés spéciaux et publipostage, livres, services prémédias, logistique, services techniques et autres services à valeur ajoutée. Elle compte des ateliers aux États-Unis, au Canada, en France, au Royaume-Uni, en Espagne, en Suisse, en Suède,

en Finlande, en Autriche, au Brésil, au Chili, en Argentine, au Pérou, en Colombie, au Mexique et en Inde.

Corporation Sun Media publie et distribue des journaux quotidiens et hebdomadaires de même que des journaux mensuels et spécialisés à travers le Canada et dans l'État de la Floride, aux États-Unis. Elle est le deuxième groupe de presse du Canada, en termes de tirage.

Communications Quebecor exerce ses activités dans le secteur Loisir et divertissement et œuvre dans les domaines de l'édition de livres et de magazines, dans la distribution et la vente au détail de livres et de disques, ainsi que dans la location et la vente de vidéocassettes. Ses activités sont concentrées dans la province de Québec.

Nurun est active dans le secteur de l'intégration Web – Technologie. Elle offre à sa clientèle des solutions de commerce électronique alliant la stratégie, l'intégration technologique, les solutions IP (Internet Protocol) et la créativité dans Internet. Elle possède des bureaux au Canada, aux États-Unis, en Amérique latine et en Europe.

TQS exploite un réseau de télévision généraliste francophone dans la province de Québec.

Quebecor, par sa position de contrôle dans Quebecor Nouveaux Médias et Netgraphe, exploite des sites Internet au Canada et en Europe comprenant des portails francophones, anglophone et espagnol, de même que différents sites Internet spécialisés.

La part des résultats de certaines filiales revenant à Quebecor a varié au cours des trois dernières années. Ainsi, au 31 décembre 1998, la part des résultats de Quebecor World revenant à Quebecor se chiffrait à 48,55 %. Par contre, à la suite d'une émission publique d'actions par Quebecor World, elle était réduite à 45,85 % en mai 1999 et avec la fusion de World Color Press, Inc., payée en partie par l'émission d'actions du capital de Quebecor World en octobre 1999, la participation de Quebecor était réduite à 38,05 %. Ce niveau de participation a été maintenu jusqu'au 31 décembre 1999 et n'a pas varié de façon significative en 2000 puisqu'il s'établissait à 38,46 % au 31 décembre 2000. En octobre 2000, Quebecor cédait une participation de 45,28 % de Quebecor Média à Capital Communications CDP et conservait donc une participation de 54,72 %. Étant donné

la réduction de la participation de Quebecor dans Quebecor Média, la participation de 57,47 % aux résultats de Nurun, acquise le 1^{er} novembre 1999, était réduite à 31,45 % au 31 décembre 2000. Également, la participation aux résultats par Quebecor dans Corporation Sun Media, qui était de 70 % au 31 décembre 1999, avait baissé à 38,30 % au 31 décembre 2000.

Quebecor possède des positions de contrôle, directes et indirectes, dans cinq sociétés ouvertes. Au 31 décembre 2000, la part que Quebecor contrôle directement ou indirectement dans les droits de vote de Quebecor World, de Nurun, de Groupe TVA, de Netgraphe et de Solutions Mindready inc. s'établissait respectivement à 84,83 %, 57,47 %, 99,88 %, 59,96 % et 82,43 %.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

Les résultats des exercices terminés les 31 décembre 2000 et 1998 comprennent 52 semaines d'exploitation alors que les résultats de l'exercice terminé le 31 décembre 1999 comprenaient 53 semaines d'exploitation. La Compagnie affiche un bénéfice net record de 1,084,4 millions de dollars, ou 16,78 \$ par action, en hausse de 607,1 millions de dollars par rapport à 1999 alors que le bénéfice net était de 477,3 millions de dollars, ou 7,37 \$ par action. Le bénéfice net de l'exercice terminé le 31 décembre 1998 s'était établi à 172,3 millions de dollars, ou 2,64 \$ par action.

Les états financiers des exercices terminés les 31 décembre 1999 et 1998 ont été redressés à la suite de l'application de deux nouvelles normes comptables de l'Institut canadien des comptables agréés, entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2000, concernant les impôts sur les bénéfices ainsi que les avantages sociaux futurs.

De plus, comme mentionné auparavant, par suite de la cession de la participation dans Donohue, la Compagnie s'est retirée du secteur des produits forestiers. Du point de vue comptable, ce retrait constitue un abandon d'activité et les résultats, ainsi que les flux de trésorerie de l'exercice 2000 et des exercices antérieurs, sont donc exclus des revenus, des charges et des flux consolidés, mais sont par ailleurs présentés distinctement, nets d'impôts, à l'état consolidé des résultats. Le gain sur cession, net des impôts sur le revenu de 94,2 millions de dollars, s'est

élevé à 235 millions de dollars, ou 3,64 \$ par action.

Lorsqu'une filiale de Quebecor émet des actions de son capital-actions, la participation de la compagnie mère dans cette filiale peut se trouver réduite. Une réduction cause une dilution qui, d'un point de vue comptable, est assimilée à une cession de participation. Par conséquent, des gains ou des pertes sur dilution, représentés par la différence entre la valeur comptable de la participation ainsi cédée à des tiers et le produit de l'émission, sont comptabilisés. Ces gains ou pertes sont présentés distinctement à l'état consolidé des résultats à titre d'éléments non récurrents. En 2000, la Compagnie a réalisé des gains sur dilution de 816,1 millions de dollars, ou 12,63 \$ par action. En effet, elle a cédé son placement dans Communications Quebecor à une filiale nouvellement créée, Quebecor Média, en contrepartie d'actions de cette nouvelle filiale et cette dernière a procédé à l'émission d'actions à Capital Communications CDP pour une considération de 2 759,1 millions de dollars. La participation de la Compagnie dans cette filiale est passée de 100 % à 54,72 % et le gain sur dilution comptabilisé aux résultats de l'exercice s'est élevé à 796,1 millions de dollars. Une filiale de Nurun, Solutions Mindready inc., a procédé à un premier appel public à l'épargne en 2000, qui a généré un autre gain sur dilution de 20 millions de dollars. En 1999, les émissions d'actions par Quebecor World et Corporation Sun Media ont produit des gains sur dilution totalisant 376,6 millions de dollars, ou 5,82 \$ par action.

Les résultats pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000 ont été affectés par certains autres éléments de nature non récurrente au montant de 106 millions de dollars. Une dévaluation de placements temporaires et autres éléments d'actif de 58,6 millions de dollars a été comptabilisée afin de les ramener à leur valeur au marché au 31 décembre 2000. Quebecor World a comptabilisé une charge spéciale additionnelle de 41,6 millions de dollars, en réponse à des conditions de marché difficiles en Europe et à l'implantation d'une stratégie numérique comprenant des charges liées à la mise à pied d'employés et à des dévaluations d'actif. Par ailleurs, Quebecor World a renversé un montant de provision de 45,7 millions

de dollars pris en 1999, car les programmes de compression prévus n'étaient plus requis vu l'augmentation significative des besoins de capacité de production. Le secteur Intégration Web – Technologie a reconnu au cours de l'exercice une charge de rémunération non monétaire de 40,2 millions de dollars relative aux actions sujettes à des ententes d'entiercement avec des actionnaires/vendeurs de certaines compagnies acquises. D'autres radiations d'éléments d'actif et des provisions pour restructuration ont été prises par Communications Quebecor et ses filiales, ainsi que par le siège social concernant notamment la fermeture de certaines unités d'exploitation pour un montant de 11,3 millions de dollars. Déduction faite des impôts sur le revenu et de la part des actionnaires sans contrôle, les charges non récurrentes ont totalisé 100,4 millions de dollars, ou 1,56 \$ par action.

De plus, compte tenu de la progression beaucoup plus lente que prévue des revenus provenant du secteur Internet, au chapitre des revenus publicitaires et de la pénétration du magasinage en ligne, la direction a revu la valeur recouvrable nette de l'écart d'acquisition et a déterminé qu'une dévaluation de 54 millions de dollars était nécessaire. Cette dévaluation a été déterminée après une évaluation des flux monétaires futurs. Elle reflète les meilleures estimations et hypothèses de la direction, compte tenu d'une croissance soutenue des revenus.

Les résultats pour l'exercice terminé le 31 décembre 1999 avaient également été affectés par certains autres éléments de nature inhabituelle. Quebecor World avait comptabilisé une charge spéciale de 268 millions de dollars dans le cadre d'un vaste projet de rationalisation de ses activités aux États-Unis et en Europe. Cette charge comprenait la dévaluation de certains éléments d'actif, une provision couvrant les indemnités, avantages et autres coûts relatifs au personnel, et certaines autres charges de nature non récurrente. Communications Quebecor, Quebecor Nouveaux Médias de même que la compagnie mère avaient aussi comptabilisé des charges non récurrentes, totalisant environ 10 millions de dollars, au titre de la radiation et de la dévaluation de certains éléments d'actif, principalement de l'achalandage et des immobilisations ayant subi une baisse de valeur

permanente. Déduction faite des impôts sur le revenu et de la part des actionnaires sans contrôle, les charges non récurrentes ont totalisé 80,6 millions de dollars, soit 1,25 \$ par action.

Si l'on faisait abstraction des gains sur dilution, des charges non récurrentes et des résultats liés à l'activité abandonnée mentionnée précédemment, le bénéfice net consolidé aurait atteint 136,3 millions de dollars, soit 2,11 \$ par action en 2000, comparativement à 140,8 millions de dollars, ou 2,17 \$ par action en 1999, et à 128,1 millions de dollars, ou 1,96 \$ par action en 1998.

Les résultats nets des filiales non consolidées ont été comptabilisés à compter de la date d'acquisition, soit le 23 octobre 2000, et se sont élevés à 0,3 million de dollars après amortissement de l'écart d'acquisition de 24,3 millions de dollars. Dans l'éventualité où le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« CRTC ») approuvait le transfert du contrôle de Vidéotron et de Groupe TVA, ces filiales seront consolidées rétroactivement au 1^{er} janvier 2001. La direction espère obtenir cette approbation au cours du deuxième trimestre de 2001.

Depuis 1999, les normes comptables canadiennes permettent la présentation du bénéfice net et du bénéfice par action avant l'effet de l'amortissement et de la radiation de l'achalandage. À ce chapitre, la direction estime que le bénéfice avant amortissement et radiation des écarts d'acquisition est plus représentatif des résultats d'exploitation, étant donné les nombreuses acquisitions réalisées par la Compagnie au cours de l'exercice 2000 et des exercices antérieurs. Toujours en faisant abstraction des gains sur dilution, des charges non récurrentes et des résultats nets de l'activité abandonnée, le bénéfice net avant amortissement et radiation de l'achalandage s'établit comme suit : 203,1 millions de dollars, ou 3,14 \$ par action, en 2000, comparativement à 181,9 millions de dollars, ou 2,80 \$ par action, en 1999, et à 146,5 millions de dollars, ou 2,24 \$ par action, en 1998. La croissance du bénéfice par action à ce chapitre a donc été de 12,1 % en 2000 alors qu'elle avait atteint 25,0 % en 1999.

En 2000 et en 1999, cette croissance du bénéfice par action avant amortissement et radiation de l'acha-

landage a résulté de la contribution sensiblement plus élevée de Quebecor World et de Corporation Sun Media. Une analyse des résultats d'exploitation par secteurs d'activité est présentée plus loin.

Le bénéfice par action de Quebecor est moins sensible aux fluctuations du cours du dollar canadien face au dollar américain, résultat de la cession de la participation dans Donohue et de l'augmentation du poids relatif de Quebecor World dans les résultats de la Compagnie. En effet, Donohue réalisait la majorité de ses ventes en dollars US alors que ses charges d'exploitation étaient principalement encourues en dollars canadiens, tandis que Quebecor World, à la suite de l'acquisition de World Color Press, équilibre davantage ses revenus avec ses charges en dollars US. Ainsi, une variation de 0,01 \$CA du taux de change moyen aurait eu un effet très négligeable sur le bénéfice par action de l'exercice terminé le 31 décembre 2000.

Imprimerie

Au cours de l'exercice 2000, Quebecor World a poursuivi sa stratégie qui consiste à se concentrer sur l'intégration de ses activités, tant à l'échelle nord-américaine que mondiale, et à maximiser ses rentrées nettes de fonds liées à l'exploitation.

En 1999, la filiale avait acquis World Color Press, Inc. (« WCP »). Il s'agissait de la plus importante acquisition jamais conclue dans le secteur de l'impression commerciale. Le coût total de l'opération s'est élevé à 2,7 milliards de dollars US, incluant la dette de WCP prise en charge et la valeur des actions de Quebecor World émises à cette occasion. À la lumière de ce qui précède, la filiale du secteur Imprimerie a consolidé les résultats de WCP depuis le 20 août 1999 et enregistré une participation minoritaire correspondant à 49,6 % des actions ordinaires en circulation de WCP pour la période s'échelonnant du 20 août 1999 au 8 octobre 1999, date de la fusion entre WCP et Quebecor World.

En 2000, la filiale a complété le programme amorcé en 1998 pour se départir de ses activités secondaires. En août 2000, elle a vendu les actifs d'exploitation de son entreprise nord-américaine de reproduction

de cédéròms et, en octobre 1999, les actifs d'exploitation de la division BA Banknote.

Au cours de l'exercice, la filiale a une fois de plus dégagé des résultats records au chapitre de ses revenus et de son bénéfice d'exploitation, et ce, pour une neuvième année consécutive.

Les revenus consolidés ont progressé de 2 321,6 millions de dollars, ou de 32 %, pour atteindre 9 683,1 millions de dollars en 2000, par rapport à 7 361,5 millions de dollars en 1999. L'augmentation des revenus avait atteint 30 % en 1999 par rapport à 1998. Ces hausses découlent principalement de l'acquisition de WCP survenue en août 1999 et dont il est question ci-dessus. La plus forte proportion des ventes réalisées en dollars US, par rapport à l'ensemble des activités de la filiale, a aussi contribué de façon significative à l'augmentation des revenus, une fois convertis en dollars canadiens, en 2000. Le secteur de l'impression de magazines demeure le créneau d'activité le plus important en termes de revenus. Il comptait pour 28 % du total des revenus en 2000 et pour 29 % en 1999. En 2000, Quebecor World a mis l'accent sur le secteur des services prémédias en créant la nouvelle entité Que-Net Media™. En outre, bien que la filiale ait vendu ses entreprises de reproduction de cédéròms et d'impression de billets de banque, de chèques et de cartes de crédit, elle a continué d'enregistrer des résultats stables dans les secteurs des services prémédias, logistiques et autres services à valeur ajoutée. L'entreprise a redoublé d'efforts pour s'assurer de bien diversifier ses sources de revenus dans ses autres secteurs d'expertise. La variation des revenus du secteur de l'impression d'encarts s'explique en partie par le repli de la demande sur le marché américain au cours du dernier trimestre de 2000.

Le bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (BAIIA) tiré des activités poursuivies s'est accrue de 41 %, ou de 461,3 millions de dollars, passant à 1 588,7 millions de dollars en 2000. Sur la même base, en 1999, la marge s'était établie à 1 127,4 millions de dollars. L'amélioration de la marge d'exploitation avant amortissement, qui est passée de 15,3 % en 1999 à 16,4 % en 2000, découle principalement de l'apport des

entreprises acquises ainsi que des gains d'efficience entraînés par le processus de modernisation de certains ateliers aux États-Unis. La croissance interne a également contribué à l'amélioration des marges bénéficiaires. En 2000, le bénéfice d'exploitation provenant des activités européennes a été affecté défavorablement par l'écart de conversion résultant de la baisse du taux de change et par les coûts fixes liés à la fermeture d'ateliers au cours du premier semestre de 2000. En Amérique du Nord, la marge d'exploitation s'est améliorée, passant de 9,8 % en 1999 à 11,4 % en 2000, et ce, malgré la vente de l'entreprise nord-américaine de reproduction de cédéròms en 2000 et des actifs d'exploitation de BA Banknote en 1999.

Les revenus tirés des activités en Amérique du Nord ont représenté 84 % (68 % aux États-Unis et 16 % au Canada) du total des revenus enregistrés par Quebecor World en 2000. Près de 87 % du bénéfice d'exploitation total dégagé par la filiale en 2000 provenait des activités nord-américaines (72 % aux États-Unis et 15 % au Canada). La portion résiduelle des revenus et du bénéfice d'exploitation a résulté principalement des activités européennes et des acquisitions conclues en Autriche, en Espagne et en Argentine en 1999. Les résultats en Europe ont toutefois été affectés défavorablement par la baisse de l'euro.

Une partie des revenus du secteur Imprimerie se compose des ventes de papier que la filiale achète pour bon nombre de ses clients. Les fluctuations du prix du papier, principale matière première de la filiale, peuvent entraîner des variations importantes des revenus et du coût des marchandises vendues. Quebecor World est habituellement en mesure de transférer l'effet de ces fluctuations de prix à ses clients.

Journaux

Corporation Sun Media, détenue à 70 % par Quebecor Média, est la seule chaîne nationale de tabloïds et de journaux régionaux du Canada. Les revenus du secteur Journaux se sont élevés à 850,1 millions de dollars, en hausse de 23 millions de dollars, ou 2,8 %, par rapport aux résultats atteints en 1999 qui étaient de 827,1 millions de dollars pour une période de 53 semaines, comparativement à

52 semaines pour 2000. Les revenus publicitaires des quotidiens urbains ont affiché une hausse de 7,6 % grâce, entre autres, à une augmentation du lignage publicitaire de 3,8 %. Les revenus de diffusion sont demeurés stables malgré une baisse du tirage moyen de 1,7 %. Les journaux régionaux ont, quant à eux, enregistré une croissance de leurs revenus de près de 4 % provenant de la hausse des revenus publicitaires des journaux existants.

L'augmentation très significative des revenus du secteur Journaux en 1999 par rapport à l'exercice précédent provenait en grande partie de l'acquisition de Sun Media Corporation effectuée le 7 janvier 1999. Si cette acquisition avait eu lieu le 1^{er} janvier 1998, les revenus publicitaires des quotidiens urbains, sur une base pro forma, auraient augmenté de 5,5 %, comparativement à 1998, grâce à une augmentation du lignage publicitaire de 4,8 %, et leurs revenus de diffusion auraient augmenté de 2,9 %, malgré une baisse du tirage moyen de 0,4 %. Les journaux régionaux, quant à eux, auraient réalisé une croissance de leurs revenus de 12,1 %, grâce à l'acquisition de certains journaux en 1999 et à l'augmentation des revenus publicitaires des journaux existants.

La marge d'exploitation avant amortissement a atteint 24,2 % en 2000, par rapport à 22,8 % en 1999. Cette amélioration provient surtout des quotidiens urbains, mais aussi des journaux régionaux. Elle est attribuable à la croissance des revenus, à la rationalisation mise en œuvre après l'acquisition de Sun Media Corporation, au contrôle serré des coûts d'exploitation, et cela, en dépit de la hausse du coût du papier journal survenue au cours de 2000.

Loisir et divertissement

Ce secteur comprend principalement les activités d'édition de livres exploitées par la Compagnie à travers plusieurs entreprises d'édition, les activités de distribution de livres exploitées par l'entremise de Québec-Livres, une division de Communications Quebecor, les activités d'édition de magazines exploitées par Publicor, une autre division de Communications Quebecor, ainsi que les activités de distribution de disques et de commerce de détail de livres, de magazines et de disques exploitées par

Groupe Archambault (1997) inc., une filiale de Communications Quebecor. Ce secteur a poursuivi sa croissance au cours de l'exercice grâce à l'acquisition d'une participation de 50 % dans Les Éditions Libre Expression ltée, dont Communications Quebecor détenait déjà l'autre portion de 50 %, par l'acquisition de la totalité des participations dans les entreprises Occasions d'Affaires, Camelot-Info inc. et Librairie Paragraphe inc., ainsi que par l'acquisition de Le SuperClub Vidéotron, spécialisé dans la location et la vente de vidéocassettes.

Les revenus de l'exercice 2000 ont progressé de 16,2 millions de dollars comparativement à 1999, ou de 7,7 %, pour atteindre 225,4 millions de dollars. La hausse des revenus provient essentiellement des acquisitions réalisées au cours de l'exercice, ainsi que de l'ouverture ou de la conversion de magasins Archambault. Cette hausse a cependant été affectée négativement par une diminution des revenus provenant des activités de sous-distribution. Les revenus de Groupe Archambault avaient affiché une augmentation de 11,6 % en 1999, grâce à de nombreux succès en distribution exclusive, ainsi qu'à l'ouverture ou la conversion de magasins de vente au détail. La vente de la participation dans Publistar, jumelée à la consolidation mise en place dans les magazines féminins, avait résulté en une diminution de revenus pour l'activité d'édition de magazines au cours de l'exercice 1999. Le bénéfice d'exploitation avant amortissement et frais financiers a connu une augmentation pour atteindre 13 millions de dollars en 2000, comparativement à 8,9 millions de dollars en 1999. Cette amélioration est attribuable à l'augmentation des revenus, à l'atteinte de meilleures marges bénéficiaires et au contrôle plus serré des coûts.

Télédiffusion

Les revenus de TQS ont progressé de 23,3 % en 2000 comparativement à l'exercice antérieur. Cette croissance est principalement attribuable à la hausse des revenus de temps d'antenne, provenant de l'augmentation de l'auditoire et des tarifs publicitaires. En 1999, TQS avait vu ses revenus augmenter de 6,1 %. Ces augmentations résultent de la croissance des parts de marché

qui n'ont cessé de s'améliorer depuis l'automne 1998, à la suite du succès des efforts de repositionnement du réseau. Les hausses de revenus proviennent autant des ventes locales et nationales que du développement commercial.

La perte d'exploitation avant amortissement, frais financiers et impôts sur le revenu de TQS a diminué de 4,4 millions de dollars en 2000, par rapport à l'exercice 1999, pour s'établir à 3,4 millions de dollars. La direction de TQS entend poursuivre sur sa lancée.

Intégration Web - Technologie

En 1999, Communications Quebecor s'est portée acquéreur de 58,23 % des actions de Nurun, par suite d'une série de transactions qui ont mené au regroupement des activités d'Intellia inc., alors filiale de Communications Quebecor et celles de Nurun, auparavant Groupe Informission inc.

Les revenus du secteur Intégration Web - Technologie, pour l'exercice terminé le 31 décembre 2000, comprennent les résultats de toutes les composantes dans l'ensemble de l'année, alors que les revenus de 1999 n'incluaient les résultats de Nurun qu'à compter de la date d'acquisition de cette société le 1^{er} novembre 1999 et ceux d'Intellia pour la période de 12 mois terminée le 31 décembre 1999. Avant 1999, Communications Quebecor ne comptabilisait que 50 % des résultats d'Intellia, car celle-ci était détenue par une société en commandite dont la propriété était partagée en parts égales avec Quebecor World. Au début de 1999, Communications Quebecor a racheté la participation de Quebecor World dans cette société en commandite.

Le secteur Intégration Web - Technologie a connu une croissance importante de ses revenus au cours de l'exercice, qui ont atteint 127,5 millions de dollars en 2000, par rapport à 21,5 millions de dollars en 1999. Cette augmentation reflète la consolidation des opérations de Nurun pour une période de 12 mois en 2000, comparativement à 2 mois en 1999. Elle est également attribuable à 11 acquisitions d'entreprises effectuées au cours de l'exercice 2000. L'intégration de ces entreprises s'est avérée un défi majeur en 2000.

Nurun a conclu des ententes stratégiques avec ses partenaires, notamment Quebecor World, pour s'implanter solidement dans le marché du commerce électronique en 2000. Au cours de l'été, Nurun a mis sur pied la structure nécessaire à l'échelle internationale pour promouvoir ses activités grâce à la conclusion d'un partenariat stratégique avec Quebecor World. En vertu de ce partenariat, Quebecor World a souscrit 20 millions de dollars d'actions de Nurun.

La croissance interne, les nombreuses acquisitions d'entreprises et la conclusion d'ententes stratégiques avec ses partenaires ont permis à Nurun de développer un réseau de 19 bureaux à travers le monde, en plus de s'établir comme fournisseur de plusieurs sociétés de marque telles Evian, L'Oréal, Essilor, MTV Italia, Biotherm, Danone, IBM, GM et Amway. Ces clients multinationaux recherchent une société qui possède un réseau international pouvant leur offrir des services de qualité constante là où les conduit le développement de leurs affaires.

Le bénéfice d'exploitation avant amortissement, frais financiers, provisions pour rationalisation et charges spéciales a atteint 0,1 million de dollars, comparative-ment à 1,3 million de dollars en 1999 et à une perte de 1,1 million de dollars en 1998. Ces résultats s'expliquent en partie par la vive concurrence dans le marché de l'intégration Web, des dépenses importantes encourues pour le développement de l'infrastructure internationale et des pertes associées à des activités à faible marge. Les résultats globaux du secteur ont également été affectés par une charge de rémunération non monétaire de 40,2 millions de dollars relative à des actions sujettes à des ententes d'entiercement avec des actionnaires/vendeurs de certaines compagnies acquises.

Nurun a entrepris, au cours du quatrième trimestre, un repositionnement stratégique pour améliorer ses marges bénéficiaires et son BAIIA. Il a ainsi été décidé de recentrer les activités de l'entreprise autour de l'intégration des technologies Internet et de mettre un terme aux activités non stratégiques, dont les services d'hébergement et d'intégration de solutions pour chaînes d'approvisionnement en technologies de l'information. Ces décisions entraîneront la fermeture de plusieurs

divisions et bureaux, ce qui a conduit à la comptabilisation d'une charge spéciale reflétant ces décisions stratégiques. De plus, une dévaluation de 53,9 millions de dollars de l'écart d'acquisition lié au secteur Intégration Web – Technologie a été reconnue à l'état consolidé des résultats. Cette dévaluation, déterminée à la suite d'une évaluation des flux monétaires futurs, s'appuie sur les meilleures estimations et hypothèses de la direction, compte tenu d'une croissance soutenue des revenus.

Par suite de ces décisions importantes, la direction de Nurun considère que la Société sera mieux positionnée pour affronter les défis qui s'annoncent à moyen et à long termes.

Internet – Portails

Le secteur Internet – Portails comprend l'exploitation du réseau de portails CANOE de même que différents sites Internet spécialisés, par l'entremise de la filiale Quebecor Nouveaux Médias, et l'exploitation des portails La Toile du Québec et InfiniT, ainsi que différents sites Internet spécialisés, par l'intermédiaire de la filiale Netgraphe.

CANOE a été lancée par Sun Media Corporation en 1996. Lorsque Quebecor a fait l'acquisition de Sun Media Corporation, au début de 1999, CANOE était détenue à 60 % par celle-ci et à 40 % par une filiale de BCE inc. En juin 1999, Quebecor Nouveaux Médias a acquis la participation de Sun Media Corporation dans CANOE de même que dans Autonet.ca inc. et, en juillet 1999, elle acquerrait la participation détenue par la filiale de BCE dans CANOE. En septembre 1999, Quebecor Nouveaux Médias procédait au lancement de Canoë, premier site francophone de nouvelles en continu, du magasin virtuel archambault.ca et, en novembre 1999, elle lançait le site urbain icimontreal.com. Au cours de l'exercice 2000, des sites urbains ont été ajoutés au réseau, soit iciquebec.com et, sous la bannière FYI (*For Your Information*), fyiottawa.com, fytoronto.com, fylondon.com, fyiwinipeg.com, fyiedmonton.com et fycalgary.com. De plus, en 2000, des portails CANOE ont été inaugurés avec canoe.fr en France et micanoa.com en Espagne.

Netgraphe a été acquise le 23 octobre 2000 dans le cadre de la transaction avec Groupe Vidéotron. Les résul-

tats de Netgraphe ont été inclus aux résultats du secteur à compter de la date de l'acquisition.

Les revenus de l'ensemble de ces activités ont atteint 11,6 millions de dollars en 2000, comparativement à 3,6 millions de dollars en 1999. Bien qu'il s'agisse d'une augmentation de plus de 222 %, les coûts de construction, d'exploitation et de promotion de ces sites ont largement dépassé les revenus qu'ils ont générés en 2000 et, par conséquent, la perte d'exploitation avant amortissement, frais financiers et charges spéciales a atteint 21,6 millions de dollars. Au milieu de l'exercice, la direction a entrepris une analyse de ses activités et a élaboré un programme de restructuration en vue de réduire ses dépenses d'exploitation. CANOE a donc procédé à des mises à pied, à une réduction massive de ses frais d'exploitation et à la radiation d'éléments d'actif qui ne seront plus utiles pour les opérations futures du secteur.

Afin de renforcer son positionnement concurrentiel et de maximiser les synergies opérationnelles, Quebecor Média, par sa filiale Communications Quebecor, a déposé une offre aux actionnaires de Netgraphe dans le but de regrouper, par échange d'actions, les activités Internet – Portails de Quebecor Nouveaux Médias et celles de Netgraphe. Cette offre a été avalisée par un comité indépendant de Netgraphe et par son conseil d'administration et sera soumise aux actionnaires de la société pour approbation. Cette réorganisation a pour objectif d'atteindre le plus rapidement possible des synergies entre les entités Internet du nouveau groupe afin d'en faire bénéficier l'ensemble des actionnaires. La direction estime que ce regroupement des activités des deux sociétés sera bénéfique pour tirer profit du potentiel inexploité de cette industrie et permettre aux activités Internet de Quebecor Média d'atteindre ses objectifs de rentabilité.

Frais financiers

Les frais financiers ont considérablement progressé en 2000, par suite de l'augmentation du niveau d'endettement moyen. L'augmentation résulte essentiellement des acquisitions d'entreprises effectuées par Quebecor World au cours des exercices antérieurs, principalement celle de World Color Press, en 1999, de même que l'acquisition

par Quebecor Média de Groupe Vidéotron, le 23 octobre 2000. Cette dernière acquisition a été partiellement financée par l'émission de nouvelles dettes totalisant près de 3 milliards de dollars. Les acquisitions complétées par Quebecor World et l'acquisition de Corporation Sun Media en 1999 expliquent principalement l'augmentation des frais financiers en 1999, comparativement à 1998.

LIQUIDITÉS ET RESSOURCES FINANCIÈRES

Exploitation

La croissance des liquidités produites par les activités d'exploitation poursuivies, au cours des deux dernières années, provient essentiellement de hausses correspondantes du bénéfice d'exploitation avant éléments non récurrents et amortissement, déduction faite des impôts sur le revenu exigibles. Pour les exercices terminés les 31 décembre 2000 et 1999, Quebecor World et Corporation Sun Media ont affiché d'importantes hausses des flux de trésorerie provenant de l'exploitation. En effet, les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies ont augmenté de 341,7 millions de dollars en 2000, pour atteindre 1 447,6 millions de dollars. La hausse des flux de trésorerie liée aux activités d'exploitation poursuivies avait totalisé 458,5 millions de dollars en 1999, par rapport à 1998. L'analyse des résultats d'exploitation fournit les explications pertinentes à cet égard. Le programme de titrisation des comptes clients mis en œuvre par Quebecor World en 1999 lui a permis de réduire son fonds de roulement et de récupérer des flux de trésorerie significatifs.

Financement

Les activités de financement ont été marquées par les financements nécessaires pour effectuer des acquisitions majeures en 2000, la principale étant celle de Groupe Vidéotron. Afin de faciliter la participation de la Compagnie dans cette acquisition, Quebecor a mis en place un financement de 900 millions de dollars échéant le 22 octobre 2001 et garanti par certains actifs de la Compagnie. Sa filiale Quebecor Média a eu recours à un crédit bancaire de 2 090 millions de dollars composé de quatre tranches, dont les deux premières, aux montants respectifs de 1 325 millions de dollars et de 90 millions

de dollars, viennent à échéance le 22 octobre 2001. La troisième tranche, au montant de 585 millions de dollars, vient à échéance au plus tôt du 23 janvier 2002 et de la date où ce crédit sera remplacé par un nouveau crédit bancaire octroyé à la filiale Vidéotron ltée. La dernière tranche de 90 millions de dollars ne comporte aucune échéance prédéterminée. Ce crédit est garanti par la totalité des actifs de Quebecor Média. En avril 2000, Quebecor World a prolongé d'une autre année sa facilité bancaire de 1,0 milliard de dollars US. De plus, au cours de l'exercice, elle a émis des billets subordonnés totalisant 371 millions de dollars US. Le produit de ces billets a surtout servi à réduire les crédits bancaires utilisés lors de l'acquisition de WCP.

En 1999, Quebecor World avait mis en place un financement de 1,25 milliard de dollars US, tout en procédant au refinancement de ses crédits bancaires existants de 1,0 milliard de dollars US, de façon à lui permettre de compléter l'acquisition de WCP. D'autre part, Corporation Sun Media avait mis en place un financement de 700 millions de dollars afin d'effectuer l'acquisition de Sun Media Corporation. Cette facilité est garantie par tous les éléments d'actif ainsi que par les actions émises et en circulation de Corporation Sun Media et de ses filiales. De plus, Quebecor avait obtenu une facilité bancaire de 525 millions de dollars au début de 1999 afin de soutenir Corporation Sun Media dans cette acquisition. Cette facilité a été remboursée et annulée au courant de 2000. Quebecor a obtenu une nouvelle facilité bancaire de 225 millions de dollars en octobre 1999 lui permettant, entre autres, de compléter la prise de contrôle inversée de Nurun. Cette facilité avait été augmentée à 300 millions de dollars en février 2000.

Les dividendes versés par Quebecor World en 2000 ont totalisé 0,33 \$US par action, comparativement à 0,28 \$US par action en 1999 et 0,24 \$US par action en 1998. Donohue avait augmenté ses dividendes à 0,44 \$ par action en 1999, alors qu'ils avaient totalisé 0,427 \$ par action en 1998. Une part importante de ces dividendes a été distribuée aux actionnaires sans contrôle de ces deux filiales. Les dividendes versés par Quebecor sur ses actions catégorie A et ses actions catégorie B ont été de 0,51 \$ par action en 2000, comparativement à 0,48 \$ par action en 1999 et à 0,44 \$ par action en 1998.

Investissement

L'investissement majeur de la Compagnie en 2000, par l'entremise de la filiale Quebecor Média, a été l'acquisition de Groupe Vidéotron pour une contrepartie en numéraire nette des liquidités des compagnies acquises de 5 267,7 millions de dollars. Les autres acquisitions d'entreprises ont totalisé 183,7 millions de dollars. Les dépenses en immobilisations se sont élevées à 405 millions de dollars en 2000, par rapport à 333,7 millions de dollars en 1999. Le niveau d'investissement de 2000 reflète principalement les acquisitions effectuées par Quebecor World. Il traduit les investissements dans les technologies destinées aux services prémédias, ainsi qu'aux services d'impression et de reliure, qui s'inscrivent dans le cadre d'un programme continu visant à accroître le volume d'affaires de la filiale en augmentant sa capacité de production et son aptitude à répondre aux exigences de ses clients. Le programme est axé sur la modernisation et l'efficacité des ateliers, de même que sur l'accroissement de la productivité.

En 1999, Quebecor World avait conclu une importante acquisition d'entreprise, soit celle de WCP dont il a été question précédemment, ainsi que plusieurs acquisitions stratégiques en Espagne, en Autriche et en Argentine. Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 1998, elle a effectué un certain nombre d'acquisitions complémentaires à ses activités, y compris celle de Tryckinvest i Norden AB (« TINA »), le plus grand imprimeur d'Europe du Nord.

Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 1999, Quebecor World a complété son programme de modernisation de trois ans de son parc d'équipements aux États-Unis, plus particulièrement son réseau de presses utilisant le procédé d'héliogravure.

Les autres secteurs d'activité de la Compagnie nécessitent peu d'investissements en immobilisations.

Situation financière

À la suite de l'acquisition de la totalité des actions de Groupe Vidéotron, l'endettement de la Compagnie a augmenté, affectant ainsi certains ratios financiers. Les conventions de crédit négociées dans le cadre de cette

acquisition prévoient cette situation. La direction se consacre présentement à l'exécution des mesures précédemment prévues visant à rétablir une situation financière conforme à ses objectifs.

Compte tenu de l'importance de la part des actionnaires sans contrôle dans les filiales, la direction de la Compagnie considère que l'utilisation du ratio dette: capitalisation, où la capitalisation comprend l'avoir des actionnaires, la part des actionnaires sans contrôle et les obligations convertibles en actions de filiales, constitue le meilleur élément de mesure de son niveau d'endettement. Au 31 décembre 2000, ce ratio dette:capitalisation s'établissait à 47:53, comparativement à 52:48 au 31 décembre 1999. Bien que le niveau d'endettement au 31 décembre 2000 ait augmenté par rapport à 1999, l'investissement majeur d'un actionnaire sans contrôle a permis de maintenir le ratio dette:capitalisation dans des proportions acceptables. Également en 1999, la dette consolidée incluait celle de Donohue qui n'est plus consolidée au 31 décembre 2000.

Au 31 décembre 2000, la dette consolidée, incluant la tranche à court terme de la dette, totalisait 6,7 milliards de dollars. Un montant de 3,1 milliards de cette dette est attribuable à Quebecor World. Lorsque Quebecor World a acquis WCP en août 1999, la dette de Quebecor se chiffrait à 4,4 milliards de dollars pour un ratio dette:capitalisation de 62:38. Quebecor World a généré un BAIIA de 1,6 milliard de dollars au cours de 2000 pour un ratio dette sur BAIIA de 1,9:1. La dette de Corporation Sun Media compte pour 595,2 millions de dollars de la dette totale de Quebecor. Lorsque Corporation Sun Media a été acquise au début 1999, la Compagnie supportait approximativement 1,0 milliard de dette et son ratio dette:capitalisation se situait à 77:23. Peu après son acquisition, Corporation Sun Media a vendu quatre journaux pour une somme de 339 millions de dollars et, depuis, elle a affiché d'excellents résultats. Ces deux facteurs ont contribué à une réduction de la dette de Corporation Sun Media d'un montant de 400 millions de dollars. Au 31 décembre 2000, le ratio dette:capitalisation se situait à 60:40 et son ratio dette sur BAIIA était de 2,9:1. Le solde de la dette consolidée de Quebecor est essentiellement attribuable aux

nouvelles dettes encourues pour l'acquisition de Groupe Vidéotron.

Le crédit bancaire de 900 millions de dollars de Quebecor vient à échéance le 22 octobre 2001. Le 23 février 2001, Quebecor a complété la première étape de son plan financier qui a consisté, dans un premier temps, à vendre 2,5 millions d'actions de Quebecor World pour une contrepartie en espèces de 85 millions de dollars et, dans un deuxième temps, à émettre des débentures échangeables venant à échéance dans 25 ans d'un montant 425 millions de dollars échangeables contre des actions subalternes comportant droit de vote de Quebecor World. Par suite de la réalisation de ces placements et en supposant que les débentures soient échangées contre les 12,5 millions d'actions de Quebecor World, Quebecor continuera de détenir 41 211 277 actions à droits de vote multiples de Quebecor World, ce qui représente 78,2 % des droits de vote et 28,4 % des capitaux propres. Les débentures émises par Quebecor seront échangeables, au gré du porteur, à un taux d'échange de 29,41 actions par tranche de 1 000 \$ de capital ou au gré de l'émetteur, ce dernier pouvant livrer l'équivalent en espèces établi d'après le cours du marché des actions alors en vigueur ou une combinaison d'actions ou d'espèces. Les débentures pourront être remboursées par anticipation en tout temps par l'émetteur. Advenant un échange ou un remboursement par anticipation au cours des 10 premières années de la durée des débentures, une prime d'anticipation sera payable par la partie initiatrice. Ce montant de 510 millions de dollars a été utilisé pour rembourser une partie du crédit bancaire non renouvelable. Étant donné l'acquisition de Groupe TVA par Quebecor Média, et dans l'anticipation d'une décision favorable du CRTC sur le transfert de la licence de télédiffusion, Quebecor a pris la décision de se départir de sa participation dans TQS. Plusieurs acheteurs potentiels ont déjà manifesté leur intérêt pour TQS. Si TQS n'est pas vendue d'ici la décision du CRTC, elle sera mise sous le contrôle d'un fiduciaire conformément aux décisions du Bureau fédéral de la concurrence et du CRTC, et ce, jusqu'à ce qu'une transaction soit conclue.

Le crédit bancaire de 1 936,9 million de dollars de Quebecor

Média vient à échéance le 22 octobre 2001 et devrait être remboursé en vendant des actifs et par la prise en charge d'un montant de 585 millions de dollars par Vidéotron ltée au moment où l'approbation du CRTC aura été obtenue en regard du transfert du contrôle de la société à Quebecor Média. La dette totale de Vidéotron ltée passerait ainsi à 1,5 milliard de dollars, remboursable sur une période de 5 ans pour un montant de 150 millions de dollars et le solde remboursable sur 8 et 9 ans. En vertu de cette entente, le premier paiement aura lieu en mars 2003. L'entente de crédit de Vidéotron ltée prévoit également le rachat de deux dettes pour des montants respectifs de 100 millions de dollars CA et de 94 millions de dollars US. À cet égard, une offre de rachat a été déposée pour procéder au rachat de la dette en dollars US en mars 2001. Cette dette de 1,5 milliard de dollars sera remboursée à même les flux de trésorerie générés par les activités de Vidéotron ltée. Comme mentionné auparavant, certains éléments d'actif obtenus dans le cadre de l'acquisition de Groupe Vidéotron sont destinés à la revente, selon le plan de financement initial. Vidéotron Télécom et Protectron ont été ciblés comme des éléments d'actif ne s'inscrivant pas dans la stratégie de Quebecor Média et sont par conséquent destinés à la revente. La vente d'autres éléments d'actif non stratégiques devrait être également réalisée et des mesures appropriées seront prises par la direction afin de réduire l'endettement de Quebecor Média.

Au moment où les nouvelles dettes encourues pour financer l'acquisition de Groupe Vidéotron seront remboursées conformément aux plans de financement établis au moment de l'acquisition, la direction de Quebecor ainsi que les directions de ses filiales sont d'avis que les liquidités futures qui seront générées par leurs activités d'exploitation devraient être suffisantes pour combler les besoins de leurs programmes d'investissement en immobilisations et de remboursement de dettes, ainsi que le paiement de dividendes.

RISQUES ET INCERTITUDES

Dans le cours normal des affaires, Quebecor et ses filiales sont exposées aux fluctuations des taux d'intérêt. Toutefois, chaque filiale gère ce risque en

faisant en sorte que ses dettes soient à taux fixes ou variables et viennent à échéance à différentes dates. En outre, pour gérer les risques de taux d'intérêt et de taux de change auxquels elles sont exposées, elles concluent des contrats d'échange de taux d'intérêt et de taux d'intérêt en devises croisées. Au 31 décembre 2000, Quebecor Média, à l'exception de la filiale Corporation Sun Media, n'avait recours à aucun instrument visant à se protéger contre les fluctuations des taux d'intérêt. Quebecor Média conclura, au cours des prochains mois, des contrats d'échange de taux d'intérêt pour limiter son risque lié à la fluctuation des taux d'intérêt.

Quebecor World a également conclu des contrats de change à terme pour couvrir le règlement de l'achat de matières premières et de matériel, pour fixer le taux de change pour les ventes transfrontalières et pour gérer le risque de change lié à certaines dettes.

Bien que ces contrats exposent la filiale au risque qu'une tierce partie n'exécute pas ses obligations, la filiale estime qu'elle est peu susceptible de subir des pertes, compte tenu de la solvabilité des contreparties.

La Compagnie ne détient ni n'émet d'instruments financiers dérivés à des fins de spéculation. Une description des instruments financiers dérivés utilisés par la Compagnie au 31 décembre 2000 est présentée à la note 18 aux états financiers consolidés.

La concentration du risque de crédit ayant trait aux comptes clients est limitée compte tenu de la diversité des activités de la Compagnie et de l'importance de sa clientèle. Au 31 décembre 2000, aucun client n'exposait la Compagnie à un risque de crédit important. Quebecor estime que la diversité de ses produits et la répartition géographique de sa clientèle contribuent à réduire son risque de crédit de même que les effets d'une modification possible de la demande dans certains marchés locaux ou pour certaines gammes de produits.

CONVENTIONS COMPTABLES

Les écarts importants entre les principes comptables généralement reconnus au Canada et aux États-Unis sont décrits à la note 21 afférente aux états financiers consolidés.

En 1999, la Compagnie a adopté les nouvelles directives préconisées au Canada portant sur l'état des flux de trésorerie et la présentation de l'amortissement de l'écart d'acquisition après les impôts sur les bénéfices, conformément aux recommandations de l'Institut Canadien des Comptables Agréés.

En 1999 et en 1997, le conseil des normes comptables de l'Institut canadien des comptables agréés a publié de nouvelles exigences relatives à la comptabilisation des avantages sociaux futurs et des impôts sur les bénéfices, avec adoption obligatoire à compter des exercices ouverts le 1^{er} janvier 2000. Pour l'essentiel, ces nouvelles normes sont conformes aux normes américaines énoncées dans les FAS 106 et 109 traitant des mêmes sujets. Au premier trimestre de 2000, la Compagnie a adopté ces nouvelles normes comptables et a appliqué les recommandations rétroactivement en redressant les chiffres des périodes correspondantes. L'effet cumulatif de ces modifications est présenté dans le sommaire des principales conventions comptables en note aux états financiers consolidés sous la rubrique « Changements de conventions comptables ».

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Les énoncés de nature prospective contenus dans le présent document ont été dressés conformément aux règles refuges du « Private Securities Litigation Reform Act of 1995 ». Les énoncés prospectifs comportent des risques et des incertitudes connus et inconnus et peuvent faire en sorte que les résultats réels futurs de Quebecor diffèrent sensiblement de ceux qui sont prévus. Ces risques comprennent notamment l'évolution de la demande pour les produits de la Compagnie, les variations des coûts des matières premières et du matériel ainsi que de leur disponibilité, les variations saisonnières des commandes des clients, les pressions exercées sur les prix par les concurrents et les changements d'ordre général dans la conjoncture économique.