

Pour diffusion immédiate

TRANSCONTINENTAL : UNE ASSEMBLÉE DES ACTIONNAIRES SOUS LE SIGNE DE LA TRANSFORMATION INTÉGRÉE

Montréal, le 17 février 2011 – L'assemblée des actionnaires tenue aujourd'hui a permis à Transcontinental (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D) de faire le bilan de son année financière 2010, tout en mettant en lumière les réalisations remarquables effectuées dans le cadre de la transformation en cours au sein de l'entreprise.

Rappelons que Transcontinental a connu en 2010 la meilleure performance d'exploitation de son histoire. « L'engagement de nos gens, notre clientèle prestigieuse, fidèle et bien diversifiée, notre stratégie gagnante, notre culture d'innovation et d'efficacité, ainsi que notre gestion disciplinée et responsable sont autant de facteurs qui contribuent à notre succès et à faire de Transcontinental une entreprise unique », a expliqué le président exécutif du conseil et fondateur Rémi Marcoux.

M. Marcoux a par la suite rappelé que depuis le premier jour, le rôle de Transcontinental consiste à aider les entreprises et les annonceurs à joindre et à fidéliser leurs consommateurs cibles : « On lie généralement l'avenir de Transcontinental à l'imprimé. Or, les besoins de nos clients ont considérablement changé, surtout depuis l'arrivée des nouvelles technologies. Dorénavant, pour bien jouer notre rôle auprès d'eux, nous leur proposons une combinaison de solutions marketing interactif, de nouvelles plateformes de communication et d'impression pour joindre efficacement leurs consommateurs. »

En dépit du fait que la décennie actuelle soit une lutte pour la fidélisation de la clientèle, M. Marcoux a fait remarquer que Transcontinental a une liste impressionnante de clients auprès desquels elle jouit d'une grande crédibilité. Cet avantage, en plus de la capacité financière de la Société lui permettant d'ajouter de nouveaux services, notamment par l'entremise d'acquisitions, place Transcontinental dans une excellente position pour relever les défis avec brio.

Enfin, M. Marcoux n'a pas manqué de souligner l'importance que prend le développement durable dans la transformation de l'entreprise : « Bien intégré dans nos décisions de gestion, notre engagement environnemental se traduit par des gestes concrets, faits avec le souci de favoriser le développement durable autant pour le volet social que pour les volets environnemental et économique. Je suis d'ailleurs particulièrement fier de notre deuxième rapport, élaboré selon le niveau d'application B de la norme Global Reporting Initiative (GRI). »

Un avenir prometteur

Dans sa revue de l'exploitation, le président et chef de la direction de Transcontinental François Olivier a tenu d'entrée de jeu à exprimer sa très grande fierté à propos des résultats financiers de 2010 et des actions posées pour maximiser la valeur à moyen et à long terme de l'entreprise. « Par rapport à l'exercice précédent, nous avons porté à six le nombre de trimestres consécutifs au cours desquels nous avons amélioré notre bénéfice d'exploitation, a-t-il mentionné. Autre fait notable, nous avons renoué avec la croissance interne des profits et des revenus. »

Selon M. Olivier, l'excellente performance d'ensemble est attribuable en grande partie aux investissements majeurs des dernières années « qui ont permis de fidéliser davantage notre base de clients tout en augmentant nos parts de marché ». Du côté des nouvelles technologies d'impression, il a noté l'aboutissement de plusieurs projets mis de l'avant depuis 2007 totalisant 700 millions de dollars. « C'est en octobre 2010 que notre plateforme pancanadienne d'impression de journaux et de circulaires est devenue pleinement opérationnelle, nous permettant ainsi d'imprimer la première édition du journal *The Globe and Mail* suivant sa refonte. Ce nouveau contrat, d'une valeur de 1,7 milliard de dollars sur 18 ans, nous procurera des revenus additionnels de 25 millions de dollars par année. »



Le secteur des médias a aussi investi de façon importante dans le contenu et la qualité de ses journaux et magazines, tout en accélérant leur passage à la technologie mobile : « Notre application mobile *The Hockey News* a même dépassé le cap du million d'utilisateurs », s'est réjoui M. Olivier. Par ailleurs, plusieurs autres améliorations ont été mises en œuvre sur le front numérique, contribuant ainsi à l'un des axes importants de croissance, soit l'offre intégrée de solutions aux communautés locales au Canada, combinant les médias imprimés et numériques : « Nous avons effectué une refonte du site *publisac.ca* et lancé le site *dealstreet.ca*, son pendant anglophone, facilitant ainsi l'expérience de prémagasinage pour les consommateurs à l'échelle du Canada », a-t-il ajouté. Pour sa part, le moteur de recherche *Weblocal.ca* a été le premier dans l'industrie à offrir à ses annonceurs l'outil de gestion de la réputation en ligne. Au total, le secteur des médias compte quelque 250 sites et portails, qui rejoignent quatre millions de visiteurs uniques par mois. « Nos revenus liés aux activités numériques ont atteint 36,8 millions de dollars en 2010, soit une augmentation de 33,8 % par rapport à 2009, a noté François Olivier. Du côté des journaux imprimés, nous avons ajouté six titres, portant leur total à 175 au Canada, et le journal *Métro* demeure le quotidien le plus lu en semaine sur l'île de Montréal.

« Autre changement important survenu en 2010, a rappelé le président et chef de la direction, nous avons renommé Transcontinental Interactif notre secteur spécialisé dans les solutions de marketing personnalisé et numérique. Les deux acquisitions effectuées dans le domaine des solutions mobiles, soit LIPSO, à Montréal, et Vortex, à Toronto, viennent enrichir l'offre de ce secteur en pleine ébullition. À la suite de ces acquisitions, nous avons intensifié l'intégration des différentes entités du secteur, toujours dans le but d'offrir à nos clients des solutions intégrées et de favoriser les synergies.

« Je suis très optimiste pour l'avenir, a conclu François Olivier. Transcontinental est aujourd'hui une entreprise plus flexible et plus concentrée que jamais sur ses actifs et ses priorités stratégiques. Notre stratégie efficace, nos relations privilégiées avec nos clients et notre situation financière enviable nous placent en excellente position pour développer de nouveaux services, notamment au moyen d'acquisitions. »

De nouveaux membres au conseil d'administration

En conclusion, Rémi Marcoux a tenu à souhaiter la bienvenue à deux nouvelles venues au sein du conseil d'administration de la Société, soit Mme Nathalie Marcoux, vice-présidente aux finances de Capinabel inc., et Mme Anna Martini, F.C.A., présidente du Groupe Dynamite inc. « Je suis particulièrement fier de ces deux nouvelles nominations au conseil. En plus de leurs excellentes compétences en gestion d'entreprises, Mesdames Marcoux et Martini mettront à profit leur vision stratégique dans la transformation de Transcontinental. »

Profil

Transcontinental crée des produits et services marketing permettant aux entreprises d'attirer, de joindre et de fidéliser leur public cible. La Société est le premier imprimeur au Canada et au Mexique et le quatrième en Amérique du Nord. Elle est aussi l'une des plus importantes entreprises de médias au Canada en tant que premier éditeur de magazines destinés aux consommateurs et d'ouvrages pédagogiques en français, et le plus important éditeur de journaux locaux et régionaux au Québec et dans les provinces de l'Atlantique. Sa plateforme numérique diffuse également un contenu unique par l'entremise de plus de 250 sites Internet. Transcontinental offre de plus des solutions marketing interactif utilisant de nouvelles plateformes de communication et s'appuyant sur des services de stratégies et planification marketing, d'analyse de bases de données, de prémédia, de circulaires électroniques, de marketing par courriel, de communications sur mesure et de solutions mobiles.

Transcontinental (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D) compte 10 500 employés au Canada, aux États-Unis et au Mexique, et ses revenus ont été de 2,1 milliards de dollars canadiens en 2010. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la Société, veuillez consulter le site www.transcontinental.com.



Pour renseignements :

Médias

Nancy Bouffard
Directrice des communications internes et externes
Transcontinental inc.
Téléphone : 514 954-2809
nancy.bouffard@transcontinental.ca
www.transcontinental.com

Communauté financière

Jennifer F. McCaughey
Directrice principale des relations avec les investisseurs et
des communications financières
Transcontinental inc.
Téléphone : 514 954-2821
Jennifer.mccaughey@transcontinental.ca