

TRANSCONTINENTAL DOUBLE SON OFFRE DE SERVICE MARKETING AUPRÈS DE CANADIAN TIRE

Montréal, le 17 février 2011 – Profitant de son assemblée annuelle des actionnaires tenue aujourd'hui, Transcontinental (TSX : TCL.A TCL.B TCL.PR.D) a annoncé la conclusion d'une importante entente avec Canadian Tire. Cette nouvelle entente, d'une valeur de plusieurs centaines de millions de dollars, débutera en janvier 2012, et ce, pour une durée de quatre années. Transcontinental devient ainsi le principal fournisseur de solutions marketing de Canadian Tire à travers le Canada en doublant son offre de service existante. Canadian Tire était déjà un client de longue date de l'entreprise pour l'impression de certains de ses programmes marketing et pour la distribution de ses circulaires. Toutefois, cette nouvelle entente vise ses besoins d'impression à l'échelle nationale pour l'ensemble des marques de Canadian Tire. De plus, Canadian Tire aura la possibilité de puiser parmi les autres services de Transcontinental tels que l'analyse de bases de données, la distribution à l'échelle canadienne, la production de circulaires électroniques, les programmes de marketing direct par l'entremise de l'imprimé, du mobile et des courriels, et les campagnes publicitaires à travers les magazines aux consommateurs, les journaux et les sites web de Médias Transcontinental.

« Nous sommes extrêmement fiers de cette nouvelle entente qui traduit parfaitement la nouvelle offre multiplateforme de Transcontinental, tant dans l'univers de l'imprimé que dans celui des médias numériques et de l'interactif. Canadian Tire compte parmi nos clients les plus fidèles depuis la fondation de Transcontinental. Nous avons développé avec Canadian Tire une relation de proximité, qui nous permettra de continuer à bâtir des programmes adaptés à ses besoins spécifiques en marketing », se réjouit François Olivier, le président et chef de la direction de Transcontinental.

La signature de cette entente est attribuable en grande partie aux investissements majeurs effectués au cours des dernières années par Transcontinental, tant dans son réseau d'imprimeries pancanadien unique que dans l'ajout de services marketing numériques à la fine pointe. Son offre intégrée combinant l'impression, les médias traditionnels et numériques ayant une portée nationale, et des solutions marketing interactif lui permettent de combler les nouvelles exigences de Canadian Tire.

Stephen Wetmore, président et chef de l'administration de la Société Canadian Tire Limitée, a souligné l'importance de cette nouvelle relation approfondie : « Nos besoins en marketing changent, car les comportements des consommateurs évoluent. L'offre marketing consolidée de Transcontinental convient à la perfection à notre nouvelle stratégie commerciale "une entreprise, un client" et elle nous aidera à communiquer plus efficacement avec les Canadiens, où qu'ils soient, au moyen du média de leur choix. »

L'annonce de cette entente démontre bien le succès de la transformation amorcée par Transcontinental depuis les trois dernières années. « Notre force repose désormais sur notre capacité d'offrir des produits et services marketing permettant à nos clients d'attirer, de joindre et de fidéliser leur public cible », a conclu François Olivier.



Profil de la Société Canadian Tire Limitée

La Société Canadian Tire Limitée (TSX : CTC.a, CTC), l'un des détaillants d'articles d'usage courant les plus fréquentés au Canada, exploite 482 magasins Canadian Tire à l'échelle nationale. Ses principales activités dans les secteurs de la vente au détail et de l'automobile sont renforcées par plusieurs unités commerciales : les magasins PartSource, une chaîne de magasins spécialisés dans la vente de pièces automobiles; la Division pétrolière de Canadian Tire, l'un des détaillants indépendants d'essence les plus importants au pays; Mark's Work Wearhouse, connue sous l'enseigne L'Équipeur au Québec et pour sa devise « Toujours le bon vêtement », l'un des principaux détaillants de vêtements pour hommes et femmes et de vêtements de travail, ainsi que les Services Financiers Canadian Tire, qui ont émis plus de quatre millions de cartes de crédit MasterCard de Canadian Tire. Plus de 58 000 Canadiens travaillent pour Canadian Tire d'un océan à l'autre dans les secteurs du détail, des services financiers et du pétrole.

Profil de Transcontinental

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.

-30-

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