

Pour diffusion immédiate

TC Imprimeries Transcontinental annonce plus de 20 millions de dollars en nouveaux revenus pour son groupe Produits marketing sur le lieu de vente et intègre des activités à Brampton

Montréal, le 19 mai 2021 - TC Transcontinental (TSX : TCL. A TCL. B) annonce aujourd'hui la relocalisation des activités d'impression de produits marketing sur le lieu de vente de TC Imprimeries Transcontinental découlant des récentes acquisitions de Holland & Crosby et d'Artisan Complete Limited à Transcontinental Brampton, afin d'intensifier sa croissance dans ce créneau porteur. Le groupe Produits marketing sur le lieu de vente, qui génère déjà des revenus importants, connaîtra une croissance supplémentaire avec l'ajout d'un autre grand détaillant canadien, apportant plus de 20 millions de dollars en nouveaux revenus annuels. Pour donner vie aux marques, Transcontinental Brampton ouvrira également cet été un Laboratoire d'Innovation pour permettre aux clients de tester des produits sur différents types d'étagères.

Axée sur les détaillants et les marques mondiales, l'offre du groupe Produits marketing sur le lieu de vente comprend la conception, la création et la réalisation de la gamme complète de signalisation intérieure et extérieure, présentoirs, agencements et mobilier pour les espaces commerciaux, qu'ils soient en papier, carton, plastique, bois ou métal.

« L'intégration de nos activités à Brampton est un jalon important dans notre parcours en croissance, a déclaré Marcel Courville, vice-président principal, Produits marketing sur le lieu de vente et marketing direct. Cette initiative nous permet de consolider notre position de leader tout en créant de meilleures synergies entre nos équipes afin de continuer à innover dans notre offre de produits et services. Alors que les détaillants se préparent à un environnement post-pandémique en réinvestissant pour optimiser l'expérience client en magasin, TC Transcontinental est prêt à aider avec ses produits créatifs et son offre de services intégrée. »

Plus de 125 employés ont été relocalisés à Transcontinental Brampton, sur un total d'environ 600 employés du Groupe. Transcontinental Aurora, la plus grande usine de production pour les produits marketing sur le lieu de vente, continuera de soutenir les activités d'impression du Groupe tandis que l'usine Transcontinental Calgary recevra des équipements afin d'offrir des services locaux aux clients de l'Ouest canadien. Le groupe Produits marketing sur le lieu de vente de TC Imprimeries Transcontinental met donc à la disposition de ses clients un réseau de trois usines leur offrant une meilleure flexibilité et une entrée plus rapide dans le marché.

À propos de TC Transcontinental

TC Transcontinental est un chef de file en emballage souple en Amérique du Nord et le plus important imprimeur au Canada. La Société se positionne également comme le plus important groupe canadien d'édition pédagogique de langue française. Depuis plus de 45 ans, TC Transcontinental a comme mission de créer des produits et services de qualité permettant aux entreprises d'attirer, de joindre et de fidéliser leur clientèle cible.

Le respect, le travail d'équipe, la performance et l'innovation sont les valeurs fortes de la Société et de ses employés. L'engagement de TC Transcontinental auprès de ses parties prenantes est d'agir de manière responsable dans la poursuite de ses activités d'affaires.

Transcontinental inc. (TSX : TCL.A TCL.B), connue sous la marque TC Transcontinental, compte près de 8000 employés, dont la majorité sont en poste au Canada, aux États-Unis et en Amérique latine. Ses revenus ont été d'environ 2,6 milliards

de dollars canadiens pour l'exercice financier clos le 25 octobre 2020. Pour plus d'information, veuillez visiter le site web de TC Transcontinental au www.tc.tc

Énoncés prospectifs

Nos communications publiques comprennent souvent des énoncés prospectifs, verbaux ou écrits, formulés d'après les attentes de la direction et assujettis à un certain nombre de risques et d'incertitudes intrinsèques, connus ou non. Par leur nature, les énoncés prospectifs reposent sur plusieurs hypothèses tant générales que spécifiques. La Société conseille aux lecteurs de ne pas se fier indûment à ces énoncés, car les résultats ou événements réels pourraient différer de façon importante des attentes exprimées ou sous-entendues dans ces énoncés prospectifs. De tels énoncés prospectifs peuvent comprendre des observations concernant les objectifs de la Société, sa stratégie, ses résultats financiers prévisionnels et des perspectives quant à ses activités. La performance future de la Société pourrait aussi être touchée par un certain nombre de facteurs, dont plusieurs sont hors du contrôle ou de la volonté de la Société. Ces facteurs incluent, entre autres, la conjoncture économique dans le monde, les changements structurels dans les industries où la Société exerce ses activités, l'effet du développement et de l'adoption de produits numériques sur la demande des services liés aux détaillants et la demande des autres produits imprimés, la capacité de la Société de générer une croissance interne dans des industries hautement concurrentielles, la capacité de la Société à compléter des acquisitions dans le secteur de l'emballage et de les intégrer adéquatement, l'incapacité de maintenir ou d'améliorer l'efficacité opérationnelle et d'éviter les perturbations pouvant nuire à sa capacité de respecter les échéanciers, la cybersécurité et la protection des données, l'environnement politique et social ainsi que les changements au niveau réglementaire ou législatif, notamment en matière environnementale ou de distribution de porte en porte, les changements dans les habitudes de consommation notamment liées à des questions de développement durable et d'utilisation de certains produits ou services tels que la distribution de porte en porte, le changement des habitudes de consommation ou la perte d'un client majeur, la consolidation de sa clientèle, la sécurité et la qualité de ses produits d'emballage utilisés dans l'industrie de l'alimentation, la protection de ses droits de propriété intellectuelle, le taux de change, la disponibilité des capitaux à un coût raisonnable, les mauvaises créances de certains clients, le contrôle des importations et des exportations, les coûts des matières premières et du transport, le recrutement et la rétention du talent dans certains secteurs géographiques et d'activités, la fiscalité, les taux d'intérêt et l'incidence de la pandémie de la COVID-19 sur ses activités, ses installations et ses résultats financiers, les changements dans les habitudes de consommation des consommateurs et les changements sur les activités et la situation financière des clients de la Société découlant de la pandémie de la COVID-19 et l'efficacité des plans et des mesures mis en place en réponse à cet égard. Les principaux risques, incertitudes et facteurs qui pourraient avoir une incidence sur les résultats réels sont décrits dans le *Rapport de gestion* pour l'exercice clos le 25 octobre 2020 ainsi que dans la plus récente *Notice annuelle*.

Sauf indication contraire de la part de la Société, les énoncés prospectifs ne tiennent pas compte de l'effet potentiel d'éléments non récurrents ou d'autres éléments exceptionnels, ni de cessions, ni de regroupements d'entreprises, ni de fusions ou d'acquisitions qui pourraient être annoncées ou conclues après la date du 19 mai 2021. Les énoncés prospectifs contenus dans le présent communiqué sont faits conformément aux dispositions prévues dans les lois canadiennes applicables sur les valeurs mobilières en matière d'exonération. Les énoncés prospectifs présentés dans ce communiqué sont basés sur les attentes actuelles et sur les données disponibles au 19 mai 2021. Des énoncés prospectifs peuvent être également intégrés à d'autres documents déposés auprès des organismes de réglementation en matière de valeurs mobilières au Canada ou à toute autre communication. La direction de la Société décline toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser ces énoncés, à moins que les autorités ne l'exigent.

Pour renseignements :

Médias

Rosiane Tessier
Conseillère marketing
TC Imprimeries Transcontinental
Téléphone : 450 271-8513
rosiane.tessier@tc.tc

Communauté financière

Yan Lapointe
Directeur des relations avec les investisseurs
TC Transcontinental
Téléphone : 514 954-3574
yan.lapointe@tc.tc