

Solide exécution

Rendement financier



**Marc P. Tellier**  
Président et chef de la direction

## Faits saillants financiers

(en millions de dollars canadiens, sauf l'information par part)

|                                       | 2007     | 2008     | % Variation |
|---------------------------------------|----------|----------|-------------|
| <b>Produits ajustés</b>               | 1 629 \$ | 1 697 \$ | 4,2 %       |
| <b>BAIIA ajusté</b>                   | 871 \$   | 931 \$   | 6,9 %       |
| <b>Encaisse distribuable</b>          | 700 \$   | 751 \$   | 7,2 %       |
| <b>Encaisse distribuable par part</b> | 1,32 \$  | 1,43 \$  | 8,3 %       |

Nous avons officiellement franchi le cap des 100 ans en 2008 et nos employés d'un océan à l'autre continuent de définir notre succès et d'« écrire notre histoire ».

Depuis notre transformation en société ouverte il y a six ans, nous avons poursuivi trois grandes stratégies qui ont façonné notre développement.

La première consiste à faire croître nos activités par le biais d'initiatives stratégiques. Nous sommes aujourd'hui une entreprise fort différente, ayant étendu la portée géographique de nos annuaires à pratiquement l'ensemble du Canada et créé un second réseau national dans le secteur des médias verticaux. Deuxièmement, nous nous sommes engagés à offrir un rendement financier constant et parmi les meilleurs de l'industrie. Année après année, nous nous sommes maintenus en tête de notre groupe de pairs à cet égard, non seulement en Amérique du Nord, mais dans le monde entier. Et troisièmement, nous nous sommes positionnés en vue d'une croissance à long terme. Là encore, nous avons réussi à bâtir une entreprise durable et en croissance.

À mesure que le climat économique devenait de plus en plus incertain, nous avons été clairs dans notre détermination à maintenir le cap, en nous appuyant sur nos solides atouts.

Nous continuerons de gérer nos activités en conséquence, en réalisant nos plans d'affaires et en investissant dans nos employés et dans les nouvelles technologies. Ces investissements nous permettront d'étendre notre gamme de produits ainsi que la portée et l'efficacité de nos solutions publicitaires. De même, nous sommes confiants que la nature de nos activités nous assure une certaine résilience dans un contexte économique difficile.

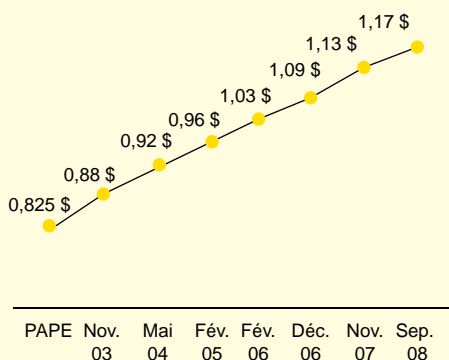
Grâce à la diligence de nos employés à tous les niveaux de notre organisation, nos marges continuent de s'améliorer. De toute évidence, une marge substantielle et la rentabilité globale de notre entreprise nous permettent de soutenir et



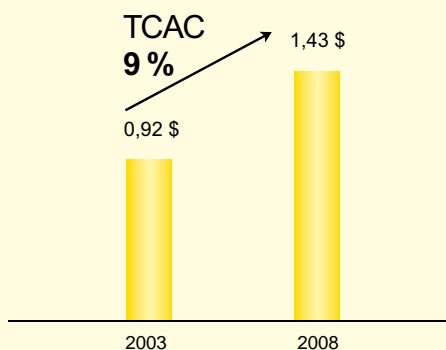
**Marc L. Reisch**  
Président du Conseil

## Évolution de la croissance

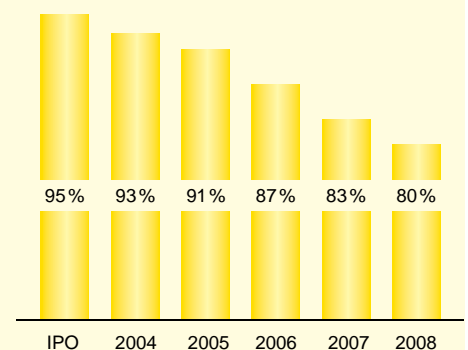
Distribution en espèces par part



Encaisse distribuable par part



Évolution du ratio de paiement





### Présence géographique renforcée

d'augmenter l'encaisse distribuable. Nous sommes déterminés à voir cette croissance se poursuivre à l'avenir. Le taux de croissance annuelle composé de notre encaisse distribuable par part s'est établi à 9 % depuis notre premier appel public à l'épargne en août 2003.

Il est clair que nous n'avons aucun pouvoir sur le marché, mais nous pouvons agir sur la manière dont nous l'abordons. Et c'est précisément ce que nous faisons : nous adaptons notre approche à l'évolution du marché. Parce que nous sommes restés une organisation efficiente, gérée efficacement, nous pouvons agir et réagir rapidement. Nous offrons notamment du soutien et de la formation à nos conseillers médias pour qu'ils puissent mieux guider nos clients dans le contexte actuel.

Groupe Pages Jaunes s'attache aux mêmes principes directeurs pour la

gestion de sa structure de capital. Ces principes comprennent l'engagement envers des cotes de crédit de premier ordre, la diversification de nos sources de financement, l'étalement des échéances de dette et le maintien en tout temps de liquidités adéquates.

En entrant dans notre deuxième siècle d'activité, nous restons équipés pour poursuivre notre trajectoire de croissance et nous maintenir en tête de l'industrie.

### Accent sur l'exécution

Une exécution impeccable en 2008 nous a permis d'atteindre de nouveaux niveaux de rendement. Nos produits ajustés ont atteint 1,7 milliard \$, en hausse de 4,2 % par rapport à 2007. De même, notre BAIIA ajusté s'est accru de 6,9 %, atteignant 931 millions \$ en 2008.

Encore une fois, cette année, les résultats d'exploitation ont contribué à l'encaisse distribuable, qui s'est chiffrée à 751 millions \$, en hausse de 7,2 % par rapport à 2007. L'encaisse distribuable par part s'est accrue de 8,3 % pour se chiffrer à 1,43 \$, contre 1,32 \$ en 2007.

Notre secteur Annuaire demeure la pierre angulaire de notre entreprise. En septembre, nous avons acquis les systèmes et services d'annuaire et les activités de publication de Volt Information Sciences, Inc. Volt a été un partenaire technologique clé pour Groupe Pages Jaunes au cours des 17 dernières années, et cette acquisition renforce nos perspectives d'excellence opérationnelle.

Volt possède des connaissances très spécialisées en publication d'annuaire, avec en outre une capacité unique de traduire ces connaissances en solutions technologiques de pointe. Ce sont ces



## Réponse aux besoins des consommateurs



compétences que nous avons voulu nous approprier, car elles augmenteront l'efficacité et les capacités de notre réseau d'annuaires.

Dans le cadre de cette transaction, Groupe Pages Jaunes a aussi acquis les activités de publication de Volt, qui comptent plusieurs annuaires indépendants sous la marque *Your Community Phonebook* dans certains marchés du milieu de la côte Atlantique et du sud-est des États-Unis. Nous continuons de publier ces annuaires.

Nous avons fait pendant l'année deux autres acquisitions qui ont renforcé notre couverture géographique. L'acquisition de Get It Pages a marqué notre entrée en Saskatchewan. Get It Pages publie quatre annuaires dans cette province.

Parallèlement à l'acquisition de Get It Pages, nous avons aussi com-

mencé à vendre de la publicité en ligne dans les grands centres de Regina et de Saskatoon. L'arrivée de Groupe Pages Jaunes en Saskatchewan comble un important besoin dans le marché pour une offre de produits en ligne.

Nous avons aussi acquis les activités d'annuaires de TBayTel, l'entreprise de téléphonie qui dessert la ville de Thunder Bay, en Ontario. Groupe Pages Jaunes a agi comme revendeur des annuaires de TBayTel au cours des 25 dernières années. Nous connaissons bien ce marché et nous avons rapidement développé la gamme des produits offerts aux annonceurs locaux.

### Attirer de nouveaux clients vers nos annonceurs

Tout au long de 2008, nous avons fait des progrès considérables dans l'expansion

de notre gamme de produits – notamment par l'offre de nouvelles solutions multimédias pour nos annonceurs. Nous croyons qu'un investissement soutenu dans notre réseau d'annuaires entraînera une utilisation supérieure de nos produits. Cette utilisation se traduit par un nombre accru de clients potentiels vers nos annonceurs, ce qui améliore le rendement de leur investissement – essentiellement en créant plus de valeur pour chaque dollar investi en publicité dans nos annuaires.

Attentifs à l'intérêt croissant des consommateurs envers l'environnement, nous avons créé une nouvelle Section éco dans plusieurs de nos annuaires. Cette section vise à promouvoir les entreprises qui offrent des produits ou services écologiques, ou qui se démarquent par leurs pratiques d'affaires sur le plan environnemental, donnant aux acheteurs qui partagent les mêmes convictions une ressource pratique pour faire des choix écologiques.





## Expansion de notre offre de produits

Au cours de l'année, nous avons continué d'investir sans relâche dans notre gamme de produits en ligne. Nous travaillons à étendre la portée et la fonctionnalité de nos produits en ligne afin d'attirer davantage de clients potentiels vers nos annonceurs.

Notre offre Annuaire Unique Plus, qui comprend Google AdWords<sup>MC</sup>, a été lancée au début de l'année et a reçu un accueil favorable chez nos annonceurs. Le programme Google AdWords<sup>MC</sup> permet aux annonceurs d'afficher leurs annonces à côté des résultats de recherche pour de l'information locale dans Google et Google Maps<sup>MC</sup>.

Notre service multimédia Profil Plus a aussi été lancé en 2008. Il donne à nos clients l'occasion de dynamiser leur page

Web par un vidéoclip, une galerie de photos et d'autres renseignements utiles sur leur entreprise.

Afin d'intégrer plusieurs de nos offres en une seule, nous avons créé un nouveau « Forfait multimédia », une solution multimédia complète qui comprend une annonce imprimée, une inscription en gras dans l'annuaire, notre formule Profil Plus – comprenant un vidéoclip d'annonceur – et une visibilité accrue sur nos sites Web et au moyen de Google AdWords<sup>MC</sup>.

Notre équipe en ligne a maintenu la cadence du déploiement de nouvelles initiatives afin de répondre aux besoins des consommateurs et d'améliorer l'expérience de l'utilisateur. Depuis mai dernier, nous sommes devenus le nouveau propriétaire de la marque Canada 411<sup>MC</sup>. Comme nous bénéficions maintenant pleinement de la valeur de cette marque, nous avons redessiné le

site Canada411.ca<sup>MC</sup>, le plus important annuaire en ligne au Canada. Ce site offre aux utilisateurs une interface simple et de nouvelles fonctionnalités, telles que la cartographie, qui leur permettent de retracer des individus et des entreprises plus facilement et plus rapidement.

Pour profiter du nouveau phénomène des médias sociaux, nous avons créé une nouvelle application PagesJaunes.ca<sup>MC</sup> sur la plateforme Facebook<sup>®</sup>. Les utilisateurs de Facebook peuvent télécharger l'application pour trouver et évaluer les entreprises, créer des listes de leurs restaurants et magasins préférés et les partager avec leur réseau Facebook.

Notre investissement dans ces produits ne serait pas possible sans une volonté claire d'améliorer la satisfaction de notre clientèle. Notre programme Client d'abord, en place depuis plusieurs années, s'est poursuivi en 2008. Par ce





## Expérience client améliorée

programme, nous automatisons et intégrons les divers processus de bout en bout pour mieux servir les annonceurs de nos annuaires.

Notre programme Client d'abord va au-delà de la technologie, et s'étend aux manières dont nous considérons et servons nos clients. Client d'abord continue d'être au cœur de notre attitude et de nos valeurs collectives.

Notre équipe de vente est l'une de nos plus grandes forces. Pour soutenir le travail de nos conseillers médias, nous avons mis sur pied un nouveau programme de certification des ventes axé sur le développement de leurs compétences de vente et de soutien à la clientèle. Dans le cadre de cette formation, nos conseillers se voient donner les outils nécessaires pour bien comprendre les activités de nos annonceurs et les

tendances dans les médias émergents, afin de les aider à devenir des conseillers appréciés.

En plus de mieux servir nos clients existants, nous avons beaucoup investi dans notre canal de ventes Acquisition de clients. Cette stratégie a été couronnée de succès en 2008. Nous avons plus que doublé le nombre de nos conseillers médias chargés d'attirer de nouveaux annonceurs pour nos annuaires, et nous croyons pouvoir continuer à intéresser de nouveaux clients à adopter notre gamme de produits très attrayante.

Notre priorité en 2009 consistera à mettre en valeur ces produits, car ils représentent de nouvelles sources de revenus pour l'entreprise. Nous continuerons d'amener des clients à nos annonceurs, un effort qui s'inscrit au cœur de notre mission : relier acheteurs et vendeurs.



**Trouver.**



## Médias verticaux : développer des relations plus étroites avec la clientèle

Société Trader (Trader) continue de jouir d'une solide présence sur le marché, d'une forte image de marque et d'une base fidèle d'annonceurs et d'acheteurs. En 2008, Trader a fait des progrès dans ses efforts pour former son personnel et automatiser ses divers processus.

L'implantation d'une nouvelle technologie nous permet de moderniser et d'automatiser pleinement Trader, et ainsi, de minimiser les processus manuels. Elle nous permet d'améliorer l'efficacité du processus de vente et de déployer de nouveaux produits et services pour nos annonceurs.

Le Carrefour pour détaillants Trader (TDSR) est un excellent exemple. Une fois que nos représentants sur le terrain ont numérisé et obtenu accès à l'inventaire d'un détaillant grâce à notre outil de collecte de données, notre technologie

permet aux détaillants de gérer l'ensemble de leur inventaire de véhicules et leurs achats publicitaires chez Trader. L'entente exclusive que nous avons signée en début d'année 2009 avec Dealer.com, un des principaux fournisseurs de marketing en ligne auprès de l'industrie automobile américaine, nous permettra d'offrir aux détaillants de voiture canadiens un accès immédiat aux solutions les plus novatrices. Ce partenariat est également l'occasion de consolider nos relations clients à un moment où les détaillants automobiles de toutes catégories recherchent des occasions de gérer plus efficacement leurs inventaires et leurs budgets publicitaires.

Pendant l'année, Trader a élargi son offre de produits pour les annonceurs et les consommateurs en pénétrant le marché des voitures neuves avec une section sur AutoHebdo.net<sup>MC</sup>. Ceci consolide davantage notre position de plus importante destination en ligne au Canada pour les véhicules neufs et d'occasion.

Afin de tirer profit de ce leadership, nous avons signé un accord de partenariat de quatre ans comme commanditaire principal et éditeur officiel du programme du Salon international canadien de l'auto, tenu annuellement à Toronto.

En plus de la catégorie Automobile, Trader continue de progresser dans ses autres catégories, en particulier dans le secteur immobilier. Trader a lancé HomeTrader.ca<sup>MC</sup>, une nouvelle plateforme nationale en ligne qui présente les propriétés à louer, les maisons et les condos neufs. Ce site va au-delà des sites de recherche immobiliers classiques en aidant les acheteurs ou locataires potentiels à choisir le logement qui répond à leurs besoins ainsi que la localité qui leur convient.

Tout au long de 2009, Trader poursuivra sa stratégie qui consiste à se positionner comme un véritable partenaire commercial pour ses clients, en offrant





la meilleure expérience en ligne et en étant le principal créateur de valeur pour les vendeurs de véhicules et de propriétés immobilières.

### Générer le succès en 2009 et au-delà

Groupe Pages Jaunes s'est soigneusement préparée pour sa transformation, vers la fin de 2010, de fiducie de revenu en société par actions. Nous avons notamment graduellement réduit notre ratio de distribution, que nous prévoyons à environ 70 % à la fin de 2010, ce qui nous permettra d'honorer nos obligations fiscales à compter de 2011. Après ce changement de statut, nos distributions seront traitées comme des dividendes, avec un avantage fiscal pour les investisseurs imposables.

En mars 2008, nous avons annoncé une offre publique de rachat dans le cours

normal des activités visant à racheter jusqu'à 25 millions de nos parts, soit environ 5 % des parts en circulation. Nous croyons que le cours actuel de notre titre ne rend pas justice à la valeur de nos solides fondamentaux et de nos perspectives d'affaires. Par ce programme de rachat, nous confirmons notre confiance dans notre capacité de continuer notre trajectoire de croissance et de rentabilité. À la fin de 2008, nous avons acheté plus de 15 millions de parts pour annulation.

### Du personnel de premier ordre

L'investissement soutenu dans nos collègues est un facteur clé du succès de notre entreprise par rapport à nos pairs de l'industrie. Nous voyons une corrélation directe entre la manière dont nous traitons nos employés et la manière dont nos employés traitent nos clients.

Et nous sommes fiers des divers programmes que Groupe Pages Jaunes a mis en place pour appuyer nos employés et les aider à améliorer leurs compétences.

Et encore une fois, cette année, nos efforts ont été salués par plusieurs organisations. Par exemple, pour la troisième année consécutive, nous figurons au palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada et parmi les dix cultures d'entreprise les plus admirées au pays.

Nos employés sont la pierre angulaire de notre succès. Nous les remercions pour leurs efforts soutenus.

Dans le contexte économique actuel marqué par l'incertitude, nous continuerons de travailler diligemment à exécuter nos plans et stratégies de vente afin d'accroître nos revenus et de maintenir notre rentabilité.

Nous avons les gens, la gamme de produits et la présence sur le marché qui nous permettront de maintenir notre succès en 2009 et dans l'avenir.

**Marc L. Reisch**  
Président du Conseil

**Marc P. Tellier**  
Président et chef de la direction