



YELLOW MÉDIA INC.
NOTICE ANNUELLE
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2010
Le 25 mars 2011

TABLE DES MATIÈRES

NOTES EXPLICATIVES.....	1
STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ	1
Dénomination, adresse et constitution.....	1
Relations intersociétés.....	2
DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DES ACTIVITÉS	2
Historique de Yellow Média inc.	2
Faits nouveaux	4
ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ	4
Annuaire	4
Aperçu.....	4
Généralités	5
Production et composants	5
Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications.....	5
Concurrence dans le secteur des annuaires	6
Médias verticaux	6
Aperçu.....	6
Généralités	7
Production et composants	7
Concurrence dans les médias verticaux.....	7
Logos et marques de commerce	7
Questions d'ordre réglementaire	8
Financement par emprunt.....	8
Facilités de crédit et programme de papier commercial.....	8
Programme de BMT.....	9
Débentures subordonnées non garanties échangeables	10
Débentures subordonnées non garanties convertibles	11
Billets échangeables.....	11
Instruments dérivés	12
Financement par capitaux propres.....	12
Parts/actions ordinaires	12
Actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif	12
Actions privilégiées à taux révisé.....	13
Actions privilégiées échangeables à dividende cumulatif	14
Employés.....	14
Installations	15
Environnement et responsabilité sociale de l'entreprise	15
Environnement	15
Relations avec les collectivités.....	16
Gouvernance d'entreprise	16
Poursuites	16
DESCRIPTION DE YELLOW MÉDIA INC.....	16
Conversion du Fonds en la Société	16
STRUCTURE DU CAPITAL.....	17
Description des actions ordinaires.....	17
Droits de vote	17
Dividendes	17
Droits en cas de dissolution.....	17
Description des actions privilégiées.....	17
DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS	18
Politique en matière de dividendes.....	18
Historique des distributions.....	18
Parts du Fonds de revenu Pages Jaunes (du 7 août 2008 au 1 ^{er} novembre 2010).....	18
Actions ordinaires de Yellow Média inc. (en date du 1 ^{er} novembre 2010)	18
Dividendes sur les actions privilégiées	19

Régime de réinvestissement des dividendes	19
MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	20
Cours et volume des opérations	20
Parts/actions ordinaires	20
Actions privilégiées de série 1	21
Actions privilégiées de série 2	21
Actions privilégiées de série 3	22
Actions privilégiées de série 5	22
Débentures convertibles	23
RISQUES ET INCERTITUDES.....	23
Concurrence	23
Baisse générale dans l'utilisation des annuaires imprimés et des médias verticaux.....	23
Accès au financement	24
Fluctuations des taux d'intérêt	24
Cotisations aux régimes de retraite	24
Dépendance envers les sociétés de télécommunications partenaires	24
Dépendance envers les marques de produit et marques de commerce clés et incapacité de protéger les droits de propriété intellectuelle.....	25
Relations de travail.....	25
Questions d'ordre fiscal	25
Pertes.....	26
Acquisitions de nouvelles entreprises	26
Progrès dans les technologies des communications	26
Dépendance envers le personnel clé.....	26
Prix.....	26
Récession prolongée dans les marchés principaux.....	26
Clauses restrictives relativement à la dette actuelle et future de la Société.....	27
Vente d'annonces à des comptes nationaux	27
Dépendance envers les moteurs de recherche et les portails	27
Dépendance envers la technologie	28
Réglementation	28
Conformité aux règles environnementales	28
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES.....	28
ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS DE YELLOW MÉDIA INC.	28
Administrateurs.....	28
Biographies	29
Comités	31
Dirigeants.....	31
Fonctions précédentes	33
Participations dans la Société.....	34
Interdictions d'opérations, faillites, pénalités ou sanctions.....	34
Conflits d'intérêts.....	35
INFORMATION SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION.....	35
Charte du comité de vérification	35
Composition du comité de vérification	35
Formation et expérience pertinentes	35
Encadrement du comité de vérification.....	35
Principaux vérificateurs	36
Politiques d'approbation	36
Honoraires du vérificateur externe (par catégorie).....	36
INTÉRÊT DES EXPERTS	37
MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES.....	37
CONTRATS IMPORTANTS	37
AUTRES RENSEIGNEMENTS	37

NOTES EXPLICATIVES

Les renseignements contenus dans la présente notice annuelle sont en date du 31 décembre 2010, sauf indication contraire.

Sauf indication contraire ou si le contexte ne s'y prête pas, dans les présentes, la « Société » s'entend de Yellow Média inc. ou ses filiales, ou les deux, et avant le 1^{er} novembre 2010, du Fonds, de ses filiales, ou les deux, « YPG » s'entend de Groupe Pages Jaunes Cie, « Fonds » s'entend du Fonds de revenu Pages Jaunes, « Fiducie » s'entend de YPG Trust, « Commandité YPG » s'entend de Commandité YPG Inc., « Trader » s'entend de Société Trader Corporation et « Canpages » s'entend de Canpages Inc. Sauf indication contraire, les montants en dollars sont exprimés en dollars canadiens, et toute référence à \$ désigne des dollars canadiens.

Certaines déclarations contenues dans la présente notice annuelle peuvent constituer des « déclarations prospectives » qui font intervenir des risques, des incertitudes et d'autres facteurs connus ou inconnus capables d'entraîner une forte différence entre les résultats, rendements et réalisations réels de Yellow Média inc. ou du secteur d'activité et ceux que ces déclarations indiquent ou suggèrent. Les déclarations prospectives se reconnaissent à l'usage de termes comme « pouvoir », « s'attendre à », « estimer », « prévoir » et autres verbes ou expressions semblables, éventuellement employés au futur ou au conditionnel. Elles reflètent les attentes actuelles concernant des événements futurs et le rendement d'exploitation à venir et valent uniquement à la date de la présente notice annuelle. Les déclarations prospectives traitent d'un grand nombre de risques et d'incertitudes; elles ne devraient pas être considérées comme des garanties des résultats ou du rendement futurs et n'indiquent pas nécessairement si ces résultats ou ce rendement seront atteints. Un certain nombre de facteurs pourraient faire différer considérablement les résultats ou le rendement réels de ceux indiqués dans les déclarations prospectives, y compris les facteurs mentionnés à la rubrique « Risques et incertitudes ». Bien que les déclarations prospectives contenues dans la présente notice annuelle soient fondées sur des hypothèses que la direction de Yellow Média inc. estime raisonnables, la Société ne peut garantir aux investisseurs que les résultats réels seront conformes aux déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives sont présentées à la date de la présente notice annuelle, et la Société ne s'engage aucunement à les mettre à jour ou à les réviser en fonction de nouveaux faits ou de nouvelles circonstances, sous réserve d'une obligation imposée par les lois sur les valeurs mobilières.

STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Dénomination, adresse et constitution

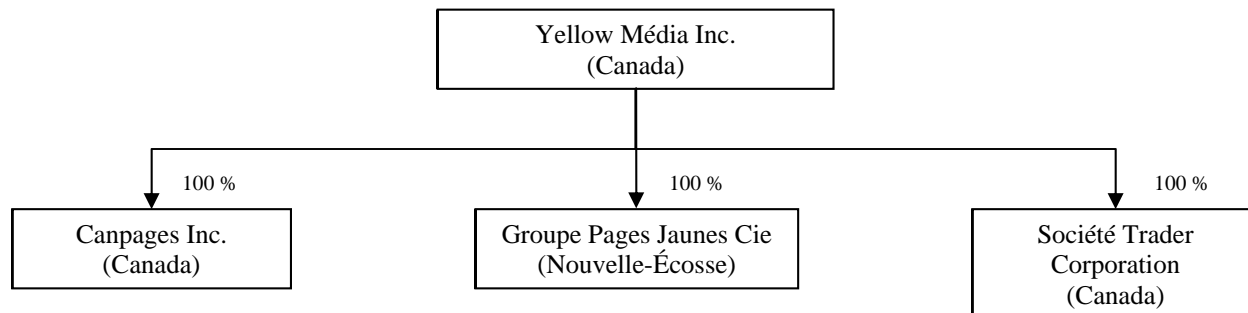
Yellow Média inc. est une société constituée le 1^{er} novembre 2010 en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (la « LCSA »), issue de la fusion de l'entité qu'elle a remplacée, appelée Yellow Média inc., de Commandité YPG, de Canadian Phone Directories Holdings Inc. et de certaines autres sociétés aux termes du plan d'arrangement (l'« arrangement ») décrit ci-après. Elle remplace le Fonds de revenu Pages Jaunes à la suite de la réorganisation de ce dernier qui l'a fait passer d'une structure de fiducie de revenu à une structure de société par actions au moyen d'un plan d'arrangement approuvé par le tribunal en vertu de l'article 192 de la LCSA.

À la suite de l'arrangement, les porteurs de parts du Fonds ont reçu, pour chaque part du Fonds qu'ils détenaient, une action ordinaire de Yellow Média inc. Par conséquent, les porteurs de parts du Fonds sont devenus les porteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc. À la suite de la réorganisation, le Fonds, la Fiducie et Commandité YPG ont été liquidés et dissous. Par conséquent, avant le 1^{er} novembre 2010, « Yellow Média inc. » ou la « Société » désignent dans la présente notice annuelle le Fonds, ses filiales, ou les deux, selon le contexte. Voir « Description de Yellow Média inc. – Conversion du Fonds en la Société ».

Le siège social et bureau principal de la Société est situé au 16, Place du Commerce, Île des Sœurs, Verdun (Québec) Canada, H3E 2A5.

Relations intersociétés

Le diagramme suivant illustre de façon simplifiée la structure de la Société, y compris le lieu d'établissement ou de constitution des diverses entités, en date du 28 février 2011.



DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DES ACTIVITÉS

Historique de Yellow Média inc.

Yellow Média inc. est le chef de file des médias de performance et des solutions de marketing au Canada grâce à son réseau de sociétés qui comprend YPG, Trader et Canpages. La Société dessert les entreprises et les particuliers canadiens par le biais de son secteur annuaire, qui comprend YPG et Canpages. Yellow Média inc. exploite également un secteur des médias verticaux par le biais de Trader. Trader est un chef de file national des médias intégrés et des solutions de performance dans les secteurs verticaux de l'automobile, de l'immobilier et dans le secteur vertical généraliste.

YPG (par l'entremise d'un de ses prédécesseurs) a publié son premier annuaire imprimé en 1908. L'entreprise était exploitée comme une division de Bell Canada jusqu'en 1971, année où la Société a été constituée en filiale en propriété exclusive de Bell Canada. En novembre 2002, des fonds gérés par Kohlberg Kravis Roberts & Co. et le Régime de retraite des enseignants de l'Ontario ont acheté les activités à des membres du groupe de Bell Canada. En août 2003, la Société a lancé son premier appel public à l'épargne, en tant que fiducie de revenu, qui lui a rapporté un produit brut de 1 milliard de dollars. Au milieu de l'année 2004, Kohlberg Kravis Roberts & Co. a vendu le reste de sa participation dans les activités alors que le Régime de retraite des enseignants de l'Ontario a échangé le reste de ses parts de société en commandite contre des parts du Fonds.

Depuis 2004, la Société a réalisé un certain nombre d'acquisitions qui lui ont permis, à partir du Québec et de l'Ontario, d'étendre sa présence dans toutes les provinces et tous les territoires du Canada et de publier plus de 410 annuaires téléphoniques différents (y compris les annuaires de YPG et de Canpages) tirés à environ 29 millions d'exemplaires chaque année.

La Société a notamment acquis la totalité des actions émises et en circulation d'Advertising Directory Solutions Holdings Inc. (« ADS »), société mère d'Advertising Directory Solutions Inc. (« ADSI »), pour environ 2,55 milliards de dollars à la fin du mois de mai 2005. ADS était l'éditeur officiel de Telus et le deuxième éditeur d'annuaires téléphoniques en importance au Canada. L'entreprise publiait des annuaires sous la marque SuperPages^{MC} en Alberta, en Colombie-Britannique et dans certaines régions du Québec où Telus est le fournisseur de services de télécommunications titulaire. En octobre 2006, la Société a fait indirectement l'acquisition de MTS Media, l'entreprise chargée des activités annuaires de MTS Allstream. MTS Media était l'éditeur d'annuaires titulaire le plus important du Manitoba. Au printemps 2007, la Société a indirectement acheté les actifs d'Aliant Directory Services Partnership l'éditeur officiel de Bell Aliant Communications régionales, société en commandite, la principale entreprise téléphonique titulaire des provinces de l'Atlantique.

La Société a acquis Trader Media Corp. et Classified Media (Canada) Holdings Inc. en février 2006 et en juin 2006, respectivement. Ces deux sociétés ont fusionné pour former Trader le 1^{er} janvier 2007. Trader est un chef de file dans les médias imprimés et les médias verticaux numériques et offre une vaste gamme de services comme la

gestion de stocks, des solutions Web, l'optimisation des dépenses en matière de média et les campagnes auprès de la clientèle cible. Trader offre des services aux médias verticaux des secteurs automobile, immobilier et généraliste. En avril 2007, Trader a acquis une participation de 50 % dans LesPAC Inc. et, en avril 2009, elle a acquis le reste des participations dans LesPAC Inc. LesPAC Inc. exploite LesPAC.com^{MC}, le plus important site Web d'annonces classées d'intérêt général du Québec.

En septembre 2008, la Société a étendu ses activités aux États-Unis en acquérant les systèmes et services d'annuaires ainsi que les opérations d'édition d'annuaires de Volt Information Sciences, Inc. (« Volt »). Volt fournit des systèmes et des services destinés à la production et à la gestion de bases de données ainsi qu'à la numérisation d'annonces pour les éditeurs d'annuaires et d'autres médias. Grâce à cette opération, Yellow Média inc. a acquis des annuaires indépendants dans certains marchés américains du centre du littoral de l'Atlantique et du Sud-Est sous la marque Your Community PhoneBook.

En janvier 2009, Trader a acquis une participation minoritaire dans la société Dealer Dot Com, Inc. (« Dealer ») établie à Burlington (Vermont), avec laquelle elle a conclu une entente commerciale stratégique et d'exclusivité au Canada à long terme. L'entente permet de mettre les solutions Web de Dealer, comme les sites Web de concessionnaires automobile, les outils de ciblage de clients potentiels, les moteurs de recherche publicitaire locaux et les mesures et outils analytiques Web à la disposition de la vaste clientèle de Trader qui recourt aux services Auto Trader^{MC}. En janvier 2010, Trader a acquis 10 % de titres de participation supplémentaires de Dealer, portant sa participation totale dans Dealer à environ 30 % des titres de participation.

Au cours du premier trimestre de 2010, YPG a acquis Restaurantica.com^{MC}, site Web sur la restauration qui contient des commentaires d'utilisateurs, RedFlagDeals.com^{MC}, important fournisseur de promotions et d'outils de magasinage en ligne pour les Canadiens, et elle a signé une convention avec 411 Recherche Locale aux termes de laquelle elle a acheté la marque 411.ca^{MC}, des noms de domaine et une participation de 30 % dans 411 Recherche Locale.

Le 15 avril 2010, une filiale de la Société a échangé sa participation dans YPG Directories, LLC, éditeur de Your Community PhoneBookTM dans certains marchés de la côte Est et du Sud Est américains, contre une participation minoritaire de 35 % dans une nouvelle entité issue du regroupement de YPG Directories, LLC et de Ziplocal, LP.

Le 25 mai 2010, la Société a acquis Canpages, qui publie des annuaires téléphoniques locaux en Ontario, en Colombie-Britannique et en Alberta. En plus des annuaires, Canpages offre également des technologies avancées de recherche mobile et de multiples possibilités de recherche avec des messages textes gratuits pour les téléphones mobiles, des cartes mobiles, des recherches directes de SMS et des expériences de furetage mobile pour iPhone.

Le 9 juillet 2010, Trader a fait l'acquisition de la totalité des actifs de CanadianDriver Communications Inc. (« CanadianDriver »). CanadianDriver est l'exploitant de CanadianDriver.com, un magazine automobile en ligne primé qui présente plus de 11 000 articles sur l'automobile, dont des analyses de nouvelles voitures, des compte-rendus d'essais de conduite, des nouvelles concernant le monde de l'automobile de même que d'autres sujets connexes.

Le 26 octobre 2010, YPG a annoncé le lancement de Mediative, entreprise spécialisée dans l'offre de solutions de marketing et de publicité numérique pour les agences et annonceurs nationaux. Au même moment, la Société a annoncé l'acquisition d'Enquiro Search Solutions Inc., chef de file des solutions de moteur de recherche, d'Ad Splash Inc., chef de file national de la publicité au détail, et d'UpTrend Media Inc., principale firme indépendante de représentation publicitaire en ligne au Canada. Ces sociétés ont été, ou seront, intégrées à Mediative. YPG a également conclu une entente de licence avec Acquisio Inc. à l'égard des droits d'utilisation au Canada de la plate-forme de publicité par moteur de recherche, sur médias sociaux, et d'affichage publicitaire d'Acquisio. YPG détient une participation de 24 % dans Acquisio Inc. depuis avril 2009.

Le 1^{er} novembre 2010, le Fonds a été converti pour passer d'une structure de fiducie de revenu à une structure de société par actions (Yellow Média inc.). À la suite de la conversion, les titres de Yellow Média inc., société mère de YPG, de Trader et de Canpages, ont fait leur entrée à la Bourse de Toronto sous le symbole « YLO ». Voir « Description de Yellow Média inc. – Conversion du Fonds en la Société ».

Faits nouveaux

Le 25 mars 2011, la Société a annoncé avoir conclu une entente définitive visant la vente de Trader à des fonds conseillés par Apax Partners moyennant un prix d'achat de 745 millions de dollars. Le prix d'achat de 745 millions de dollars, qui pourrait faire l'objet de rajustements, notamment en ce qui concerne le fonds de roulement, sera payable au comptant à la clôture. La clôture de l'opération envisagée devrait avoir lieu en juin 2011, sous réserve de l'approbation des autorités de réglementation et des autres conditions d'usage.

Trader demeurera propriétaire et gestionnaire d'actifs de premier plan des secteurs canadiens de l'automobile et des articles d'usage courant en ligne, notamment AutoTrader.ca, Autos.ca, AutoHebdo.net et Buysell.com, ainsi que de 74 publications connexes. De plus, Trader conservera sa participation d'environ 30 % dans Dealer.com, chef de file des solutions de médias numériques pour le segment des concessionnaires automobiles américains. Les activités relatives à l'immobilier et à l'emploi ainsi que du site Web LesPAC.com sont exclues du désinvestissement proposé. La Société demeurera propriétaire et gestionnaire de ces activités.

ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Annuaire

Aperçu

Grâce à YPG, la Société est le plus important éditeur d'annuaire téléphonique au Canada et le propriétaire-exploitant des principaux annuaires téléphoniques en ligne au Canada, soit PagesJaunes.ca^{MC}, et son équivalent anglais YellowPages.ca^{MC}, Canada411.ca et le groupe des sites urbains de Canadaplus.ca^{MC}. YPG est propriétaire exclusif des marques de commerce Pages Jaunes^{MC}, Yellow Pages^{MC}, Walking Fingers & Design^{MC} et Canada411^{MC} au Canada.

L'annuaire PagesJaunes.ca^{MC} est la source de plusieurs fonctionnalités en ligne de nombreux sites électroniques au Canada. YPG a passé des ententes avec plusieurs portails Internet, moteurs de recherche et sites individuels afin de promouvoir ses annuaires en ligne, comme AOL.ca, Yahoo.ca, Canada.com, Sympatico.ca, TheWeatherNetwork.com, Aliant.ca, MTS Allstream, TBay Tel, Telus Mobilité, Google Maps Canada, Yahoo Local et Bing Maps. Canada411.ca^{MC} est le principal site annuaire pour les inscriptions d'annuaires de résidence au Canada, fournissant des inscriptions de résidence, y compris les codes postaux, grâce à son interface « Trouver une personne ».

YPG est l'éditeur officiel des annuaires canadiens de Bell Canada, de Telus, de Bell Aliant, de MTS Allstream et d'un certain nombre d'autres entreprises de téléphonie titulaires qui détiennent des parts de marché de premier plan dans leurs territoires respectifs. YPG publie chaque année environ 340 annuaires téléphoniques tirés au total à environ 23 millions d'exemplaires distribués dans la quasi-totalité des entreprises et foyers canadiens de nos marchés, et qui peuvent être obtenus en ligne au moyen de diverses options numériques.

Depuis 2010, Yellow Média inc. exploite également Canpages, propriétaire de Canpages.ca, répertoire en ligne national canadien d'entreprises locales et de particuliers. Plus de 3,5 millions de visiteurs uniques consultent le site Canpages.ca chaque mois pour effectuer leurs recherches locales. Avec environ 70 publications imprimées et des milliers de clients, Canpages est présente dans des millions de foyers et d'entreprises du Canada.

En 2010, la Société a tiré environ 81 % de ses produits du secteur annuaires de ses activités. Ce secteur a généré des produits grâce à la vente de publicité dans ses annuaires imprimés et en ligne à une clientèle diversifiée de plus de 365 000 annonceurs (exception faite de Canpages), soit presque 35 % de toutes les entreprises des marchés qu'elle dessert. Les entreprises locales ont apporté environ 90 % des produits tirés de la publicité de YPG et de Canpages en 2010, ce qui, selon la Société, augmente la stabilité de son assiette de produits. Le plus important annonceur de la Société lui apporte moins de 1 % de ses produits annuels. Les taux de renouvellement annuels des annonceurs sont demeurés stables à plus de 88 % à l'échelle du pays.

Généralités

Les activités annuaires imprimés et en ligne de la Société sont exercées à l'interne par YPG et Canpages. Une équipe de vente, qui compte plus de 1 500 employés (y compris environ 400 employés de Canpages), sollicite les entreprises canadiennes et leur offre la capacité de créer une campagne visant leur clientèle cible qui aura de la visibilité sur les plates-formes en ligne, mobiles et imprimées de même que les solutions de moteurs de recherche de la Société. L'équipe de vente recueille les renseignements sur l'annonceur et l'équipe de production de la Société crée une campagne sur mesure ciblant les clients potentiels des annonceurs. La campagne est ensuite rajustée pour être placée sur l'une ou plusieurs des plates-formes de la Société, soit ses plates-formes en ligne, mobiles et imprimées et ses solutions de moteurs de recherche. Au 31 décembre 2010, le pourcentage des clients de YPG au Canada qui annonçaient dans les annuaires en ligne s'établissait à 65 % du total des clients d'annuaires.

Le cycle de vente et de production des annuaires imprimés dure environ 12 mois à compter de la date de première vente. Les annuaires imprimés de YPG et de Canpages sont distribués chaque année par des distributeurs tiers aux entreprises et aux résidences (sans frais pour l'utilisateur) dans les marchés de la Société.

Production et composants

La Société gère à l'interne tout le processus de compilation des annuaires imprimés et en ligne, y compris la mise à jour des inscriptions, le traitement des contrats de vente et des commissions, la création et la conception des annonces, la mise en page et le transfert des pages terminées aux annuaires en ligne YellowPages.ca^{MC} et PagesJaunes.ca^{MC} ainsi qu'aux imprimeurs de YPG pour les annuaires imprimés. YPG confie à un fournisseur tiers l'impression et la reliure de tous ses annuaires publiés au Canada. La matière première principale utilisée dans la fabrication d'un annuaire imprimé est le papier, dont le coût représente environ 2 % des produits que YPG tire des annuaires. YPG a chargé des tiers de distribuer ses annuaires aux résidences et aux entreprises situées dans la région géographique couverte par chaque annuaire. Les utilisateurs résidentiels ou d'affaires peuvent également obtenir des exemplaires supplémentaires des annuaires, sur demande.

Aux termes de conventions distinctes de facturation et de recouvrement conclues avec Bell Canada, Telus, MTS Allstream Inc. et Bell Aliant (collectivement, les « sociétés de télécommunications partenaires »), la facture de YPG est inscrite sur une ligne distincte dans les factures de téléphone des clients. Les sociétés de télécommunications partenaires fournissent également des services de recouvrement. Voir « Activités de la Société – Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ». Les annonceurs dont le fournisseur de services téléphoniques n'est pas la compagnie de téléphone titulaire reçoivent leurs factures directement de YPG. YPG facture à l'avance les entrepreneurs vendeurs et les agents de commercialisation agréés à commission chaque année, et ceux-ci facturent à leur tour leurs clients.

YPG constate les produits mensuellement au cours de la durée de vie estimative de la publicité dans l'annuaire imprimé ou l'annuaire en ligne, à concurrence de 12 mois ou, dans le cas de certains annuaires alphabétiques, à concurrence de 24 mois, à compter de la date de livraison ou d'affichage, respectivement. Le montant facturé aux agents de commercialisation agréés à commission est reporté et constaté sur les 12 mois suivants.

Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications

YPG a conclu des conventions de publication avec Bell Canada, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream Inc., dont elle édite officiellement et en exclusivité les annuaires téléphoniques. YPG a conclu des conventions de licence sans redevance trentenaires qui lui confère le droit d'utiliser les marques de commerce Bell (jusqu'en 2032), Telus (jusqu'en 2031), Bell Aliant (jusqu'en 2037) et MTS Allstream Inc. (jusqu'en 2036) pour publier des annuaires téléphoniques imprimés et en ligne sous quelque format que ce soit (sous réserve de certaines exceptions). De plus, Bell, Telus, Bell Aliant et MTS Allstream Inc. ont convenu de ne pas faire concurrence à YPG dans la création, la publication, la distribution ou le marketing d'annuaires téléphoniques (sous réserve de certaines exceptions) pendant 30 ans suivant la signature des conventions de licence de publication et de marque de commerce respectives. De plus, YPG a conclu des conventions de facturation et de recouvrement avec Bell (jusqu'en 2016), Telus (jusqu'en 2031), Bell Aliant (jusqu'en 2037) et MTS Allstream Inc. (jusqu'en 2036), aux termes desquelles chacune de ces entreprises offre des services de facturation et de recouvrement pour le compte de YPG, qui concernent

notamment la facturation et le recouvrement des frais de publicité dans les annuaires dus par les annonceurs clients de YPG qui sont également clients des sociétés de télécommunications partenaires.

Concurrence dans le secteur des annuaires

Sur tous ses marchés, la Société doit livrer concurrence à des personnes ou entreprises qui offrent de la publicité à l'intention des entreprises locales, comme les entreprises de marketing numérique ou sur Internet, les sociétés de publication d'annuaires d'envergure nationale et régionale, les journaux, la radio et la télévision communautaires ainsi que les entreprises qui offrent du publipostage, des brochures et des coupons.

Comme le marché du marketing numérique et mobile est en pleine croissance, la concurrence provient d'organismes de réseautage social comme Facebook, Myspace, Yelp et Foursquare, de moteurs de recherche en ligne comme Google, Yahoo et Bing et des sites Internet qui fournissent des annonces classées dans des annuaires, tels que TrueLocal.com, ZipLocal.com et WebLocal.ca.

La Société fait également face à la concurrence venant d'éditeurs indépendants, actifs à l'échelle locale ou nationale. Au Québec, *Les Annuaires G.B. Inc.*, qui exploite *Le Guide Express*, et *Québecor Media*, qui exploite Media Pages, publient dans l'ensemble environ 46 annuaires. En Ontario, Gold Book, filiale de Metroland Printing, Publishing & Distributing Inc. (propriété de Torstar Corporation), publie dans l'ensemble environ 41 annuaires. DirectWest Corporation, filiale de Saskatchewan Telecommunications Holding Corporation (SaskTel), l'exploitant de télécommunications provincial établi en Saskatchewan, publie environ huit annuaires en Saskatchewan.

Médias verticaux

Aperçu

Par l'entremise de Trader, filiale en propriété exclusive directe de la Société, la Société est un chef de file dans les médias verticaux et dans les solutions de marketing de premier ordre. Dans le secteur vertical automobile, Trader offre une vaste gamme de services, comme la gestion des stocks, les solutions Web, l'optimisation des dépenses médias et les campagnes visant la clientèle cible. Trader exerce ses activités dans les secteurs verticaux de l'automobile, de l'immobilier et dans le secteur vertical généraliste sous des marques comme Trader^{MC}, Auto Trader^{MC}, CanadianDriver^{MC}, BuySell.com^{MC}, Home Trader^{MC} et LesPAC.com^{MC}.

Les produits de Trader proviennent de trois sources principales : (i) les solutions marketing et de moteur de recherche; (ii) les médias numériques; (iii) les médias imprimés.

Les solutions marketing offrent des outils de gestion des stocks améliorés, des services de conception et de gestion de sites Web et des solutions optimisatrices de prospection et de marketing par moteur de recherche pour les concessionnaires automobiles du Canada.

Les médias numériques (Auto Trader^{MC}, CanadianDriver^{MC}, Autos.ca^{MC}, LesPAC.com^{MC}, Buysell.com^{MC}) offrent des outils de magasinage aux clients lorsqu'ils recherchent un nouveau véhicule ou un véhicule d'occasion, un service lié à l'automobile, des pièces et des accessoires, ou lorsqu'ils veulent vendre un véhicule. L'équipe de vente de Trader offre aux concessionnaires automobiles des solutions de placement média qui ont pour objectif de générer du trafic et des listes disponibles de clients potentiels grâce à un réseau de marché.

Trader rejoint également les consommateurs par des produits imprimés visant l'automobile et l'immobilier distribués à l'aide de plusieurs réseaux, notamment par l'entremise de distributeurs automatiques publics exclusifs, de kiosques, dépanneurs et épicerie et de partenariats de distribution exclusifs. Le système de distribution des produits imprimés est approvisionné par des entrepreneurs indépendants.

En 2010, la Société a tiré environ 19 % de ses produits d'exploitation du secteur des médias verticaux, dont environ 65 % des produits proviennent des médias et des solutions numériques.

Le 25 mars 2011, la Société a annoncé avoir conclu une entente définitive visant la vente de Trader à des fonds conseillés par Apax Partners moyennant un prix d'achat de 745 millions de dollars. Voir « Développement général des activités – Faits nouveaux ».

Généralités

Trader vend des solutions marketing et des annonces par l'entremise de son équipe de vente, de son centre d'appels et de son réseau d'inscription d'annonces en ligne. Les particuliers placent généralement leurs annonces dans les publications de Trader en appelant à un centre d'appels local de Trader ou en ligne, sur les sites Web de Trader.

Le secteur automobile de Trader représente environ 69 % de ses produits. Au 31 décembre 2010, Trader comptait 65 publications automobile, qui faisaient pour la plupart référence à la marque Trader^{MC} et qui portait sur des types précis de véhicules comme les camions, les bateaux et les motocyclettes. Trader exploite le plus important site Web d'automobiles au Canada, AutoTrader.ca^{MC}, pour les véhicules neufs et d'occasion. AutoHebdo.net^{MC} est la version française d'AutoTrader.ca^{MC}. Ces sites Web affichent le contenu des publications imprimées de Trader et du contenu supplémentaire que les annonceurs présentent en ligne seulement.

Le secteur de l'immobilier représente environ 19 % des produits de Trader. Au 31 décembre 2010, Trader publiait 49 guides de l'immobilier. Home Trader^{MC} est la marque commune des guides de l'immobilier au Canada. Trader exploite quatre sites Web spécialisés en immobilier au Canada, soit HomeTrader.ca et Visitenet.com^{MC}.

Le secteur généraliste représente environ 10 % des produits de Trader. Au 31 décembre 2010, Trader comptait huit publications d'articles d'usage courant sous des marques comme Super Shopper^{MC}, Buy & Sell^{MC} et The Bargain Finder^{MC}. Trader exploite deux sites Web généralistes, Buysell.com^{MC} et LesPac.com^{MC}.

Trader est l'éditeur de quatre publications sur l'emploi qui représentent environ 2 % de ses produits au 31 décembre 2010. Trader exploite également un site Web, Employmentnews.com, affichant du contenu relatif à l'emploi.

Production et composants

Trader fait elle-même la mise en page des publications imprimées à l'aide de systèmes de microédition qui utilisent des progiciels commerciaux modernes. Les publications de Trader sont imprimées et reliées par des imprimeurs tiers, notamment par Imprimeries Transcontinental inc. et St. Joseph Communications, Inc. Trader achète presque tout son papier directement d'usines de papier appartenant à des tiers.

Concurrence dans les médias verticaux

Le secteur des médias verticaux dispute aux publications imprimées concurrentes les emplacements de choix chez les détaillants. Il fait aussi concurrence aux quotidiens et autres médias traditionnels. Les faibles barrières à l'entrée sur Internet suscitent aussi l'apparition de la concurrence en ligne. Trader a pour concurrents les sites Web sur lesquels peuvent être réalisées des opérations commerciales et qui affichent des annonces classées. En outre, Trader a pour concurrents, en ce qui concerne l'espace solutions marketing, des fournisseurs locaux de sites Web ainsi que des fournisseurs spécialisés du domaine de l'automobile et de l'immobilier.

Logos et marques de commerce

La direction de la Société est d'avis que ses marques de commerce sont importantes pour sa position concurrentielle. La Société est propriétaire de plus de 160 marques de commerce liées à son entreprise canadienne d'annuaires, y compris les suivantes : Pages Jaunes^{MC}, Yellow Pages^{MC}, Walking Fingers & Design^{MC} (logo les doigts qui marchent), Canada411^{MC}, YellowPages.ca^{MC}, PagesJaunes.ca^{MC} et Canpages^{MC}. En outre, YPG a conclu avec Bell Canada, Telus, MTS Allstream Inc. et Bell Aliant, des conventions d'utilisation de marques de commerce lui donnant le droit exclusif d'utiliser les marques de commerce de ces entreprises dans ses annuaires téléphoniques imprimés et ses annuaires en ligne. Voir « Activités de la Société – Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ».

Trader est propriétaire de plus de 175 marques de commerce au Canada, dont Trader^{MC}, HomeTrader^{MC} et LesPAC.com^{MC}. Voir « Activités de la Société – Médias verticaux - Aperçu » et « Activités de la Société - Médias verticaux - Généralités ».

La Société consacre d'importantes ressources à la protection de ses marques de commerce et adopte une approche proactive pour protéger l'exclusivité de ses marques.

Questions d'ordre réglementaire

Le CRTC ne réglemente pas la vente d'annonces dans les annuaires ni les activités de YPG ou de Canpages, sauf en ce qui a trait à la protection des renseignements sur les clients de l'entreprise téléphonique titulaire, qui se voit obligée par règlement d'imposer certaines exigences contractuelles à la Société en ce qui touche les annuaires téléphoniques d'inscriptions alphabétiques. Ces exigences comprennent le droit du client de recevoir, sans frais, des exemplaires de l'annuaire alphabétique dans lequel son numéro de téléphone est inscrit dans tous les marchés où l'entreprise téléphonique titulaire est fournisseur de services téléphoniques locaux titulaires.

Financement par emprunt

Facilités de crédit et programme de papier commercial

Yellow Média inc. dispose actuellement d'une facilité de crédit non garantie de premier rang totalisant 1,0 milliard de dollars.

Le 18 février 2010, la Société a modifié et prorogé la facilité de crédit non garantie d'un capital de 700 millions de dollars (l'« ancienne facilité renouvelable »), que lui avait consentie son consortium bancaire, par une facilité de crédit d'un capital de 1,0 milliard de dollars. La nouvelle facilité de crédit non garantie (la « facilité de crédit ») est composée de deux tranches : (i) une tranche renouvelable de trois ans d'un capital de 750 millions de dollars (la « facilité renouvelable »); (ii) une tranche non renouvelable de trois ans d'un capital de 250 millions de dollars (la « facilité non renouvelable »), qui viennent toutes deux à échéance le 18 février 2013. La facilité renouvelable peut être affectée aux besoins généraux de la Société, au financement des rachats aux termes du programme de papier commercial de la Société et au financement des activités quotidiennes. La facilité non renouvelable peut être affectée au financement des rachats aux termes du programme de papier commercial et aux besoins généraux de l'entreprise. Les deux facilités sont offertes en dollars canadiens, sous forme de prêts basés sur le taux préférentiel ou d'acceptations bancaires, au choix de la Société. Au 31 décembre 2010, 250 millions de dollars avaient été prélevés sur la facilité non renouvelable. Cette somme a été affectée au remboursement intégral de la facilité privée de la CDPQ de 100 millions de dollars (décrite ci-après), au financement d'acquisitions et aux fins générales de l'entreprise.

Le 23 juillet 2009, la Société a obtenu un prêt à terme d'une durée de cinq ans et d'un capital de 100 millions de dollars de la Caisse de dépôt et placement du Québec (la « facilité privée de la CDPQ »). Cette facilité à terme, offerte sous forme de prêts basés sur le taux préférentiel ou d'acceptations bancaires, au choix de la Société, vient à échéance le 23 juillet 2014. La facilité privée de la CDPQ a été utilisée pour les besoins généraux de l'entreprise, y compris le refinancement des dettes existantes. Le 21 octobre 2010, la facilité privée de la CDPQ a été remboursée intégralement et annulée.

La Société maintient un programme de papier commercial ayant une limite autorisée de 500 millions de dollars pour financer ses besoins en liquidités à court terme. La facilité renouvelable sert de facilité de soutien pour le programme de papier commercial. Au cours du quatrième trimestre de 2010, la Société a continué d'émettre du papier commercial afin de financer son besoin en liquidités à court terme. Au 31 décembre 2010, l'encours du papier commercial s'élevait à 295 millions de dollars. Les émissions aux termes du programme peuvent être affectées aux besoins généraux de l'entreprise. Les billets à court terme émis dans le cadre du programme sont notés R-1 (faible) par DBRS Limited (« DBRS »).

Les échelles de notation de DBRS pour le papier commercial et les titres de créance à court terme sont conçues pour donner une indication du risque qu'un emprunteur soit incapable de payer ses dettes à court terme dans les délais. Les notes de DBRS sont attribuées selon des facteurs quantitatifs et qualitatifs applicables à l'emprunteur. Les notes

varient de « R-1 (élevé) », ce qui représente la meilleure qualité de crédit, à « D », ce qui représente des dettes en souffrance. Les catégories de notes R-1 et R-2 peuvent être modifiées par l'ajout du qualificatif « élevé », « moyen » ou « faible ». Le papier commercial et les titres de créance à court terme notés R-1 (faible) présentent une solvabilité satisfaisante. La note R-1 (faible) signifie que la solidité et les perspectives globales relativement aux ratios clés en matière de liquidités, d'endettement et de rentabilité ne sont pas aussi favorables que pour des catégories de notes plus élevées, mais que ces indices demeurent bons. En outre, cette note signifie que les facteurs pertinents défavorables qu'elles présentent sont réputés raisonnables. Ces notes ne constituent pas une recommandation d'acheter, de vendre ou de détenir des titres et peuvent être révisées ou retirées par l'agence de notation. Rien ne garantit que la note attribuée demeurera la même pendant une période de temps donnée, ni qu'aucune agence de notation ne retirera ou ne révisera la note attribuée si elle estime que les circonstances le justifient.

Toutes les facilités de crédit sont assujetties aux conditions habituelles, y compris des limites touchant l'affectation en garantie d'actifs sans l'autorisation des prêteurs. Ces facilités sont également assujetties au maintien d'un ratio maximal de la dette à long terme totale consolidée sur le BAIIA consolidé (définis dans la facilité de crédit) de 4,25 fois et d'un ratio minimal du BAIIA consolidé par rapport à la charge d'intérêt consolidée sur la dette totale de 3,5 fois (définis dans la facilité de crédit).

Au 31 décembre 2010, la Société respectait toutes ses clauses restrictives des conventions de prêt.

Programme de BMT

En avril 2004, la Société établissait un programme d'émission de billets à moyen terme non garantis (le « programme de BMT »). L'acte de fiducie qui régit ces billets, daté du 24 avril 2004, dans sa version complétée par le premier acte de fiducie complémentaire daté du 1^{er} novembre 2010, contient les conditions habituelles que doivent respecter les émetteurs de cette nature, comme les restrictions à la mise en gage d'actifs en garantie d'une dette. À condition de ne pas se trouver en situation de défaut selon le programme de BMT, la Société, à titre d'émetteur, peut racheter avant échéance la totalité ou une partie des billets rachetables émis aux termes de ce programme, moyennant la prime, aux dates et aux conditions établies au moment de l'émission de ces billets.

Le 15 janvier 2010, la Société a racheté la totalité des billets à moyen terme de série 6 à 4,65 % en circulation d'un montant de 150 millions de dollars qui venaient à échéance le 28 février 2011. Yellow Média inc. a financé l'achat au moyen de prélèvements effectués dans le cadre de son programme de papier commercial. La Société a racheté les billets à moyen terme de série 6 au prix de rachat de 1 041,681 \$ par tranche de 1 000 \$ de capital, conformément aux modalités des billets à moyen terme de série 6 et aux dispositions de l'acte de fiducie daté du 21 avril 2004 pour une contrepartie en espèces totale de 156,3 millions de dollars. En 2010, la Société a racheté de gré à gré aux fins d'annulation des billets à moyen terme de série 3 d'une valeur nominale de 56 millions de dollars échéant en 2019 assortis d'un coupon de 5,85 % pour un total de 53,1 millions de dollars, les billets à moyen terme de série 4 d'une valeur nominale de 106,4 millions de dollars échéant en 2016 assortis d'un coupon de 5,25 % pour un total de 105,4 millions de dollars et les billets à moyen terme de série 5 d'une valeur nominale de 79,4 millions de dollars échéant en 2036 assortis d'un coupon de 6,25 % pour un total de 68,6 millions de dollars.

En date du 31 décembre 2010, les billets suivants d'un capital global de 1,662 milliard de dollars étaient émis et en circulation aux termes du programme de BMT de la Société :

Nom de la série	Capital	Durée initiale	Coupon	Date d'échéance
Série 2	297,5 M\$	10 années	5,71 %	21 avril 2014
Série 3	121,2 M\$	15 années	5,85 %	18 novembre 2019
Série 4	387,4 M\$	10 années	5,25 %	15 février 2016
Série 5	40,5 M\$	30 années	6,25 %	15 février 2036
Série 7	260 M\$	5 années	7,30 %	2 février 2015
Série 8	125 M\$	4,5 années	6,85 %	3 décembre 2013
Série 9	130 M\$	4 années	6,50 %	10 juillet 2013
Série 10	300 M\$	10 années	7,75 %	2 mars 2020

À la suite de l'émission des billets à moyen terme de séries 7, 8, 9 et 10, la Société demeure assujettie à un ratio maximal de la dette à long terme totale consolidée sur le BAIIA consolidé (définis dans l'acte de fiducie relatif aux billets à moyen terme de séries 7, 8, 9 et 10) de 4,25 au moment de contracter une dette supplémentaire. La Société devra respecter ce ratio d'endettement tant que des billets à moyen terme de séries 7, 8, 9 ou 10 seront en circulation.

Aucune série de billets n'est assortie d'une sûreté, et toutes les séries de billets sont garanties inconditionnellement par YPG, Trader, YPG (USA) Holdings, Inc. et Yellow Pages Group, LLC et Canpages et ont obtenu la note BBB- avec perspective stable de Standard & Poor's Rating Services (« S&P ») et la note BBB (élevé) avec tendance stable de DBRS. Ces notes ne constituent pas une recommandation d'acheter, de vendre ou de détenir des titres et peuvent être révisées ou retirées par l'agence de notation. Rien ne garantit que la note attribuée demeurera la même pendant une période de temps donnée, ni qu'aucune agence de notation ne retirera ou ne révisera la note attribuée si elle estime que les circonstances le justifient.

Les deux agences de notation susmentionnées attribuent des notes relatives aux titres de créance qui varient de « AAA », soit la note la plus haute attribuée à des titres, à « D », soit la note attribuée à des titres qui font l'objet d'un défaut de paiement. Les titres de créance auxquels S&P attribue une note de la catégorie BBB présentent des paramètres de protection adéquats. Toutefois, des conditions économiques défavorables ou des circonstances changeantes sont plus susceptibles d'affaiblir la capacité du débiteur de remplir ses engagements financiers sur l'obligation. Les titres de créance auxquels DBRS attribue une note de la catégorie BBB offrent une qualité de crédit convenable et une protection convenable quant à l'intérêt et au capital. Toutefois, les sociétés dont les titres sont notés dans cette catégorie sont considérées plus exposées aux changements défavorables dans les conditions financières ou économiques; ou encore, la présence d'autres éléments défavorables pourrait affaiblir la valeur de l'entité et des titres notés. Les notes de S&P (de AA à CCC) peuvent être modifiées par l'ajout d'un plus « (+) » ou d'un moins « (-) » pour établir le classement relatif parmi la principale catégorie de note particulière. Les notes de DBRS (de AA à C) peuvent être modifiées par l'ajout de « (élevé) » ou de « (faible) » pour établir le classement relatif du crédit parmi une catégorie de note précise.

Débtures subordonnées non garanties échangeables

Le 6 juillet 2006, la Société a émis des débtures subordonnées non garanties échangeables à 5,50 % (les « débtures échangeables »), d'un capital global de 300 millions de dollars aux termes d'un acte de fiducie daté du 6 juillet 2006. Le 4 novembre 2009, la Société a autorisé une offre publique de rachat substantielle visant la totalité de ses débtures échangeables en cours au prix de rachat de 1 020 \$ en espèces par tranche de 1 000 \$ de capital des débtures échangeables, majoré des intérêts courus. Le 14 décembre 2009, la Société a annoncé que des débtures d'un capital total de 213,5 millions de dollars avaient été déposées en réponse à l'offre et qu'elle avait accepté de toutes les racheter pour annulation. Les liquidités de la Société ont servi à payer le rachat. Le solde restant des débtures échangeables a été racheté par Yellow Média inc. le 2 août 2010 conformément à leurs conditions. Le 31 décembre 2010, aucune débture échangeable n'était en circulation.

Déventures subordonnées non garanties convertibles

Le 8 juillet 2010, Yellow Média inc. a annoncé la clôture de l'appel public à l'épargne visant les déventures subordonnées non garanties convertibles à 6,25 % (les « déventures convertibles ») d'un capital de 200 millions de dollars aux termes d'un acte de fiducie daté du 8 juillet 2010, dans sa version complétée par un premier acte de fiducie complémentaire daté du 1^{er} novembre 2010. Les déventures convertibles donnent semestriellement droit à des intérêts le 1^{er} avril et le 1^{er} octobre de chaque année à compter du 1^{er} octobre 2010. Elles viennent à échéance le 1^{er} octobre 2017 et peuvent être converties, au gré de leurs porteurs, en actions ordinaires de la Société au prix d'échange de 8 \$ l'action ordinaire. Le produit net du placement a servi à financer le rachat de déventures échangeables en circulation et à rembourser la dette liée aux facilités de crédit et au programme de papier commercial. S&P a attribué la note BB+ aux déventures convertibles et DBRS leur a attribué la note BBB. Ces notes ne constituent pas une recommandation d'acheter, de vendre ou de détenir des titres et peuvent être révisées ou retirées par l'agence de notation. Les deux agences de notation susmentionnées attribuent des notes relatives aux titres de créance qui varient de « AAA », soit la note la plus haute attribuée à des titres, à « D », soit la note attribuée à des titres qui font l'objet d'un défaut de paiement. Les titres de créance auxquels S&P a attribué des notes de la catégorie BB+ sont moins vulnérables au défaut de paiement que d'autres titres spéculatifs. Toutefois, les sociétés dont les titres ont reçu des notes de cette catégorie sont toujours aux prises avec des incertitudes ou une exposition à une conjoncture commerciale, financière ou économique défavorable qui pourraient faire en sorte que le débiteur ne soit pas en mesure de respecter ses engagements financiers à l'égard des obligations. Les titres de créance auxquels DBRS attribue une note de la catégorie BBB offrent une qualité de crédit convenable et une protection convenable quant à l'intérêt et au capital. Toutefois, les changements dans les conditions financières ou économiques ou la présence d'autres éléments défavorables pourraient affaiblir la valeur de l'entité et des titres notés. Les notes de S&P allant de « AA » à « CCC » peuvent être modulées par l'ajout du symbole plus « + » ou moins « - » qui indique le classement relatif à l'intérieur d'une catégorie principale de notes. Les notes de DBRS allant de « AA » à « C » peuvent être modulées par l'ajout des termes « (élevé) » ou « (bas) » qui indique le classement relatif d'une note à l'intérieur d'une catégorie de notes donnée.

Au 31 décembre 2010, Yellow Média inc. respectait toutes ses clauses restrictives.

En décembre 2010, les deux agences de notation, soit Standard & Poors et DBRS, ont confirmé toutes les notes de Yellow Média inc.

Billets échangeables

Dans le cadre de l'acquisition de Canpages, Yellow Média inc. a émis 141,6 millions de dollars de billets échangeables (les « billets »). À compter du premier trimestre de 2011, ces billets deviendront échangeables contre un certain nombre d'actions ordinaires de Yellow Média inc. selon un prix équivalant à 95 % du cours moyen pondéré en fonction du volume des actions ordinaires à la TSX pour la période de cinq jours de bourse consécutifs précédant la remise par le porteur de l'avis d'échange. Chaque trimestre, les porteurs des billets auront le droit d'échanger 25 % du capital, ce qui représente un capital maximal de 35,4 millions de dollars de billets. Jusqu'au 31 décembre 2014, Yellow Média inc. pourra racheter, en tout temps et à son gré, les billets, en tout ou en partie, contre un paiement en espèces majoré des intérêts courus non versés. Ces billets sont de rang subordonné à la dette privilégiée de Yellow Média inc. et portent intérêt à un taux initial fixe de 5 %, sous réserve des dispositions d'indexation du taux au fil du temps, payable trimestriellement en espèces. Les billets viennent à échéance le 31 décembre 2014. Les billets encore détenus à cette date seront échangés contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. le 31 décembre 2014.

Le 15 octobre 2010, les porteurs de billets ont monétisé leur placement au moyen de la revente des billets à une institution financière tierce. Afin de faciliter cette transaction de revente et de favoriser une conversion méthodique des billets en actions ordinaires au cours de 2011, Yellow Média inc. a conclu un swap sur rendement total (« SRT ») qui fait correspondre la contrepartie des billets à celle des actions ordinaires, et ce, pour la période se terminant le 15 décembre 2011. En vertu des modalités du SRT, le taux d'intérêt fixe de 5 % des billets a été converti en un taux d'intérêt variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré de 1,75 %. De plus, en vertu du SRT, la contrepartie à titre de porteurs de billets devrait permettre d'échanger 25 % du capital en actions ordinaires sous-jacentes de Yellow Média inc. à 95 % du cours en vigueur, lequel sera calculé en utilisant un cours moyen pondéré en fonction du volume sur une période pouvant aller jusqu'à 20 jours. En outre,

Yellow Média inc. pourrait, en vertu du SRT, recevoir ou payer un rajustement dans la mesure où la valeur réalisée par la contrepartie du SRT à l'échange ou au rachat des billets correspond à un montant supérieur ou inférieur au capital des billets de 141,6 millions de dollars.

Instruments dérivés

Yellow Média inc. a recours à divers instruments financiers dérivés pour gérer son exposition aux risques de taux d'intérêt sur le financement par emprunt. La Société ne détient pas et n'utilise pas d'instruments dérivés à des fins spéculatives. On peut trouver des renseignements supplémentaires relatifs aux instruments dérivés en cours au 31 décembre 2010 dans les notes afférentes aux états financiers de la Société.

Financement par capitaux propres

Parts/actions ordinaires

La Société n'a pas placé de parts ou d'actions ordinaires par voie d'appel public à l'épargne en 2010. De plus amples renseignements sur les actions ordinaires de Yellow Média inc. figurent à la rubrique « Structure du capital – Description des actions ordinaires ».

Actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif

Yellow Média inc. a deux séries d'actions privilégiées de premier rang rachetables à dividende cumulatif en circulation.

Le 6 mars 2007, 12 millions d'actions privilégiées de premier rang rachetables de série 1 à dividende cumulatif (les « actions privilégiées de série 1 ») ont été émises, pour un produit brut de 300 millions de dollars. Les actions privilégiées de série 1 donnent droit à un dividende de 1,0625 \$ l'action par année, procurant un rendement annuel de 4,25 %, payable chaque trimestre. Les actions privilégiées de série 1 sont rachetables par l'émetteur au pair, contre espèces, à partir du 31 mars 2012, ou lors de l'émission d'actions ordinaires de Yellow Média inc. entre le 31 mars 2012 et le 31 décembre 2012. Les actions privilégiées de série 1 sont également rachetables contre espèces au gré du porteur à partir du 31 décembre 2012, à un prix équivalant à 25,00 \$ l'action, plus tout arriéré de dividende cumulé et non versé.

Le 8 juin 2007, 8 000 000 d'actions privilégiées de premier rang rachetables de série 2 à dividende cumulatif (les « actions privilégiées de série 2 ») ont été émises, pour un produit brut de 200 millions de dollars. Ces actions donnent droit à un dividende de 1,25 \$ l'action par année, procurant un rendement annuel de 5,0 %, payable chaque trimestre. Les actions privilégiées de série 2 sont rachetables par l'émetteur à primes décroissantes, contre espèces, à partir du 30 juin 2012, ou lors de l'émission d'actions ordinaires de la Société entre le 30 juin 2012 et le 30 juin 2017. Les actions privilégiées de série 2 sont également rachetables contre espèces au gré du porteur à partir du 30 juin 2017, à un prix équivalant à 25,00 \$ l'action plus tout arriéré de dividende cumulé et non versé.

Le 8 juin 2010, Yellow Média inc. a obtenu l'approbation de la Bourse de Toronto quant à son avis d'intention de procéder au renouvellement de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités visant ses actions privilégiées de séries 1 et 2 par l'intermédiaire de la Bourse de Toronto, du 11 juin 2010 au 10 juin 2011, conformément aux règles et règlements applicables de la Bourse de Toronto. Dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, Yellow Média inc. a l'intention de racheter, aux fins d'annulation, un maximum de 1 174 691 et de 720 000 de ses actions privilégiées de séries 1 et 2 en circulation, respectivement, ce qui représente 10 % du flottant de chacune des séries d'actions privilégiées en circulation au 8 juin 2010. En 2010, Yellow Média inc. a racheté, aux fins d'annulation, 635 714 actions privilégiées de série 1 pour une contrepartie en espèces totale de 15,8 millions de dollars, y compris les frais de courtage, à un prix moyen de 24,78 \$ par action, et 501 490 actions privilégiées de série 2 pour une contrepartie en espèces totale de 10,4 millions de dollars, y compris les frais de courtage, à un prix moyen de 20,79 \$ par action. Depuis le 1^{er} janvier 2010, le coût total du rachat d'actions privilégiées s'est élevé à environ 26,2 millions de dollars, y compris les frais de courtage.

Actions privilégiées à taux révisé

Yellow Média inc. a deux séries d'actions privilégiées de premier rang à taux révisé en circulation.

Le 23 septembre 2009, 7 500 000 actions privilégiées de premier rang à taux révisé et à dividende cumulatif de série 3 (les « actions privilégiées de série 3 ») ont été émises pour un produit brut de 187,5 millions de dollars. Le 28 septembre 2009, 800 000 autres actions privilégiées de série 3 ont été émises pour un produit brut de 20 millions de dollars. Un dividende de 1,6875 \$ l'action par année est payable chaque trimestre, procurant un rendement annuel de 6,75 % pour la première période de cinq ans qui prendra fin le 30 septembre 2014. Le taux de dividende sera révisé le 30 septembre 2014 et tous les cinq ans par la suite pour correspondre au taux de rendement des obligations du gouvernement du Canada sur cinq ans, majoré de 4,17 %. Les actions privilégiées de série 3 seront rachetables par la Société à compter du 30 septembre 2014, conformément à leurs conditions. Les porteurs des actions privilégiées de série 3 pourront, à leur gré, convertir leurs actions en actions privilégiées de premier rang à taux variable et à dividende cumulatif de série 4 (les « actions privilégiées de série 4 »), sous réserve de certaines conditions, le 30 septembre 2014 et tous les cinq ans par la suite. Les porteurs des actions privilégiées de série 4 auront le droit de recevoir trimestriellement des dividendes cumulatifs à taux variable correspondant au taux de rendement des bons du Trésor du gouvernement du Canada sur trois mois majoré de 4,17 %.

Le 22 décembre 2009, 5 000 000 d'actions privilégiées de premier rang à taux révisé et à dividende cumulatif de série 5 (les « actions privilégiées de série 5 ») ont été émises pour un produit brut de 125 millions de dollars. Un dividende de 1,7250 \$ l'action par année est payable chaque trimestre, procurant un rendement annuel de 6,90 % pour la première période de cinq ans et demi qui prendra fin le 30 juin 2015. Le taux de dividende sera révisé le 30 juin 2015 et tous les cinq ans par la suite pour correspondre au taux de rendement des obligations du gouvernement du Canada sur cinq ans, majoré de 4,26 %. Les actions privilégiées de série 5 seront rachetables par la Société à compter du 30 juin 2015, conformément à leurs conditions. Les porteurs des actions privilégiées de série 5 pourront, à leur gré, convertir leurs actions en actions privilégiées de premier rang à taux variable et à dividende cumulatif de série 6 (les « actions privilégiées de série 6 »), sous réserve de certaines conditions, le 30 juin 2015 et tous les cinq ans par la suite. Les porteurs des actions privilégiées de série 6 auront le droit de recevoir trimestriellement des dividendes cumulatifs à taux variable correspondant au taux de rendement des bons du Trésor du gouvernement du Canada sur trois mois majoré de 4,26 %.

Le produit net tiré de la vente des actions privilégiées de série 3 et des actions privilégiées de série 5 a servi au remboursement de la facilité de crédit et au programme de papier commercial ainsi qu'aux fins générales de l'entreprise.

Les actions privilégiées se sont vues attribuer une note de P-3 sur l'échelle canadienne de S&P. Une note de P-3 est la dixième note la plus élevée des vingt notes utilisées par S&P dans son échelle canadienne de notes pour les actions privilégiées. Selon S&P, une note de P-3 signifie que bien que les obligations soient considérées moins vulnérables au défaut de paiement que d'autres titres spéculatifs, elles sont toujours soumises à des incertitudes ou à une exposition à une conjoncture commerciale, financière ou économique défavorable qui pourraient faire en sorte que le débiteur ne soit pas en mesure de respecter ses engagements financiers à leur égard. DBRS a accordé une note de Pfd-3 (élevé) aux actions privilégiées de série 1 et aux actions privilégiées de série 2. Cette note est la septième note la plus élevée des dix-huit notes utilisées par DBRS pour les actions privilégiées. Selon DBRS, les actions privilégiées notées Pfd-3 sont de bonne qualité et, bien que la protection des dividendes et du capital soit toujours considérée acceptable pour ces actions privilégiées, l'émetteur de titres privilégiés notés Pfd-3 est considéré comme étant plus susceptible d'être touché par des changements défavorables de la conjoncture financière et économique ou étant soumis à d'autres facteurs défavorables qui diminuent la protection de la créance.

Les notes sont conçues pour fournir aux investisseurs une évaluation indépendante de la qualité du crédit d'une émission ou d'un émetteur de titres et ne se prononcent pas sur le caractère adéquat de titres donnés pour un investisseur précis. Les notes ne constituent pas des recommandations d'acheter, de vendre ou de détenir des titres et elles peuvent être révisées ou retirées en tout temps par les agences de notation. Rien ne garantit que les notes demeureront en vigueur pour une période donnée ou qu'elles ne seront pas retirées ou révisées par une agence de notation si elle le juge nécessaire compte tenu des circonstances.

Actions privilégiées échangeables à dividende cumulatif

Le 9 février 2010, dans le cadre de l'acquisition du site Web RedFlagsDeals.com^{MC}, Yellow Média inc. a réalisé un placement privé en faveur des fournisseurs de Clear Sky Media Inc. d'un total de 1 300 000 actions privilégiées de premier rang échangeables à dividende cumulatif, série 7 (les « actions privilégiées de série 7 ») à un prix de 7,50 \$ l'action privilégiée de série 7. Les porteurs d'actions privilégiées de série 7 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces préférentiels cumulatifs fixes lorsque le conseil d'administration de la Société en déclare, le cas échéant, de 0,375 \$ l'action privilégiée de série 7 par année, offrant un rendement de 5 % par année, payable trimestriellement le troisième jour ouvrable avant la fin de mars, de juin, de septembre et de décembre de chaque année. En outre, 1 000 000 d'actions privilégiées de série 7 sont échangeables contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. à raison de une action privilégiée de série 7 contre une action ordinaire de Yellow Média inc., au gré des porteurs d'actions privilégiées de série 7. Les 300 000 actions de série 7 restantes ne peuvent être échangées qu'à compter du 1^{er} janvier 2012, sous réserve de certaines conditions basées sur la durée et le rendement.

Le 31 décembre 2010, 666 667 actions de série 7 ont été échangées contre des actions ordinaires de la Société à raison de une action privilégiée de série 7 contre une action ordinaire de Yellow Média inc. Au 31 décembre 2010, 633 333 actions privilégiées de série 7 étaient en circulation.

Employés

La Société compte actuellement environ 4 000 employés, dont environ 3 000 travaillent aux activités liées aux annuaires et quelque 1 000 contribuent aux ventes de médias verticaux. Son équipe de vente d'annuaires compte plus de 1 500 personnes, incluant le personnel de soutien aux ventes, soit approximativement 50 % de l'effectif total à l'égard des activités liées aux annuaires. L'équipe de vente de médias verticaux de la Société, y compris le personnel de soutien aux ventes, se compose de plus de 500 personnes, ce qui représente 50 % de l'effectif total affecté à la vente de médias verticaux. Au 31 décembre 2010, certains représentants d'annuaires de YPG ainsi que certains de ses employés de bureau de l'unité annuaires de l'Alberta, du Manitoba, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et du Québec, soit environ 48 % de l'effectif de YPG, étaient syndiqués. Les employés syndiqués de Trader en Colombie-Britannique, en Alberta, au Manitoba et au Québec représentaient environ 15 % des effectifs de Trader. Les employés de Canpages ne sont pas syndiqués.

Les représentants d'annuaires de YPG de l'Ontario, autres que ceux de Thunder Bay, sont représentés par le Canadian Office and Professional Employees Union (le « COPE »). La convention collective de la section locale 131 du COPE est entrée en vigueur le 15 mai 2007 et expire le 30 septembre 2011. Les représentants d'annuaires de YPG à Thunder Bay sont représentés par le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (le « SCEP de Thunder Bay »). La convention collective de la section locale 240-5 du SCEP de Thunder Bay a été renouvelée le 1^{er} janvier 2009 et expire le 31 décembre 2011. Les employés de bureau de l'unité annuaires de YPG en Ontario sont représentés par le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier – section locale 6006 (la « section locale 6006 du SCEP »). La convention collective de la section locale 6006 du SCEP a été conclue le 1^{er} octobre 2010 et expire le 31 décembre 2013. Les représentants d'annuaires de YPG et les employés de bureau du Québec sont représentés par le Syndicat des employés et employées professionnels(les) et de bureau (le « SEPB »). La convention collective de la section locale 574 du SEPB régissant les employés de bureau a été conclue le 1^{er} octobre 2008 et expire le 31 décembre 2011. La convention collective de la section locale 574 du SEPB couvrant les représentants et les employés de bureau a été conclue le 1^{er} juillet 2010 et expire le 31 décembre 2013. Les employés de bureau et des ventes de l'unité annuaires de YPG de l'Alberta sont représentés par la Fraternité internationale des ouvriers en électricité (la « FIOE pour l'Alberta »). La convention collective de la section locale 348 de la FIOE pour l'Alberta couvrant les employés des ventes et la convention collective couvrant les employés de bureau ont été conclues le 1^{er} avril 2010 et expirent le 31 mars 2012. La convention collective de la section locale 348 de la FIOE pour l'Alberta couvrant les employés de bureau a été conclue le 1^{er} décembre 2010 et expire le 31 mars 2013. Les représentants d'annuaires de YPG et les employés de bureau du Manitoba sont représentés par le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (le « SCEP pour le Manitoba »). La convention collective de la section locale 7 du SCEP pour le Manitoba a été conclue le 1^{er} janvier 2010 et expire le 31 décembre 2012. Les représentants d'annuaires de YPG en Colombie-Britannique sont représentés par le Canadian Office and Professional Employees Union (la « section locale 378 du COPE »). La convention collective de la section locale 378 du COPE a été conclue le 1^{er} décembre 2010 et expire le 30 juin 2012. Les employés de bureau des États-Unis de YPG ne sont pas syndiqués.

Les employés non membres de la direction dans les activités médias verticaux de la Colombie-Britannique (basses-terres continentales) sont représentés par la Fraternité internationale des ouvriers en électricité, section locale 213 (la « section locale 213 de la FIOE »). La convention collective de la section locale 213 de la FIOE pour les médias verticaux a été conclue le 8 décembre 2010 et a expiré le 31 décembre 2012. Les employés des ventes et du service à la clientèle des médias verticaux de la Colombie-Britannique (île de Vancouver) sont représentés par le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, section locale 525G (la « section locale 525G du SCEP »). La convention collective de la section locale 525G du SCEP en vigueur actuellement a été conclue le 1^{er} août 2003. La négociation de la convention collective révisée devrait commencer au printemps 2011. Les employés de production, de distribution et de centre d'appels des médias verticaux du Québec sont représentés par le Syndicat des employés et employés professionnels-les et de bureau, section locale 574 (la « section locale 574 du SEPB »). La convention collective de la section locale 574 du SEPB a été conclue le 14 octobre 2009 et expire le 31 juillet 2012. La section locale 574 du SEPB couvre également les représentants des médias verticaux de l'automobile du Québec. La négociation de la première convention collective révisée devrait commencer à l'été 2011.

La Société considère qu'elle entretient en général de bonnes relations avec ses employés et elle met tout en œuvre afin de maintenir une relation positive avec les syndicats. En 1999, les employés de bureau dans les activités annuaires du Québec ont été placés en lock-out par YPG pendant environ six mois, ce qui n'a pas eu d'incidence importante sur sa rentabilité.

Installations

Le siège de la Société est situé au 16, Place du Commerce, Île des Sœurs, Verdun (Québec). Le bail a une durée de 14 ans débutant le 1^{er} janvier 2004. La Société a aussi des bureaux de vente et de production d'annuaires dans la plupart des provinces canadiennes ainsi que deux installations aux États-Unis, dont les principaux sont situés à Burnaby (Colombie-Britannique), Calgary (Alberta), Edmonton (Alberta), Winnipeg (Manitoba), Scarborough (Ontario), Saint John (Nouveau-Brunswick), Blue Bell (Pennsylvanie) et Indianapolis (Indiana).

Les principaux bureaux de vente d'annuaires et de production de Canpages sont situés à Burnaby (Colombie-Britannique) et à Mississauga (Ontario).

Le siège de Trader, situé à Etobicoke (Ontario), comprend tous les bureaux administratifs, une installation de production et un centre d'appels. Trader possède de nombreuses installations de production et de nombreux bureaux de vente de médias verticaux, dont les plus importants sont situés à Burnaby (Colombie-Britannique), à Calgary (Alberta), à Winnipeg (Manitoba), à Montréal (Québec) et à Dartmouth (Nouvelle-Écosse).

Environnement et responsabilité sociale de l'entreprise

La Société n'a déclaré aucun risque environnemental actuel ou possible dans ses installations louées et n'a reçu aucune demande ni aucun avis découlant, ou pouvant raisonnablement découler, de poursuites, de réclamations, d'actions en justice ou de pertes réelles ou potentielles liées à des obligations environnementales. YPG a instauré un programme de responsabilité sociale de l'entreprise qui vise plusieurs domaines stratégiques : l'environnement, les relations avec les collectivités, les relations avec les employés et la gouvernance d'entreprise.

Environnement

En 2010, la Société a poursuivi son engagement à réduire son impact sur l'environnement pour une deuxième année en participant au programme *Changer le monde, un geste à la fois* mis sur pied par *Équiterre*, organisme québécois voué à la protection de l'environnement appuyé par Green Communities Canada.

À compter de juin 2010, YPG a cessé de livrer automatiquement les annuaires résidentiels dans sept villes canadiennes. Ces annuaires sont maintenant distribués uniquement sur demande à Toronto, Montréal, Vancouver, Calgary, Edmonton, Ottawa-Gatineau et Québec, ce qui entraîne une économie annuelle de 3 500 tonnes métriques de papier. Cette initiative a contribué à la réduction de 30 % de l'utilisation de papier par YPG dans le cadre de la production d'annuaires sur une période de deux ans. YPG continue également de soutenir son programme de

distribution personnalisée, qui permet aux Canadiens de retirer leur adresse de la liste de livraison de matériel imprimé de Pages Jaunes en remplissant le formulaire affiché à l'adresse www.ypg.com/delivery.

Les annuaires imprimés de YPG sont fabriqués de fibres post-consommation provenant de fournisseurs canadiens, imprimés avec de l'encre végétale et reliés avec de la colle chaude, ce qui les rend entièrement recyclables. YPG achète aussi uniquement du papier recyclé à 100 % et certifié Forest Stewardship Council pour ses bureaux partout au Canada. À l'interne, YPG reconduit son système de recyclage des déchets, du papier, du plastique, du verre, des cartouches d'encre et des piles. Dans les bureaux de YPG au Canada, l'utilisation du papier a également diminué considérablement en raison des politiques d'impression recto-verso et des processus sans papier pour plusieurs activités, comme la création et la gestion des publicités destinées à la clientèle.

En 2010, YPG a également tenu compte de l'analyse du cycle de vie établie par l'Association des produits forestiers du Canada pour calculer la somme des gaz à effet de serre émis au cours du cycle de vie entier d'un annuaire moyen des Pages Jaunes. Cette analyse a permis d'établir qu'un annuaire moyen des Pages Jaunes avait une empreinte carbone moins importante que plusieurs autres articles ménagers.

Relations avec les collectivités

Ces huit dernières années, les employés ont choisi la Société canadienne du cancer comme l'organisation caritative nationale de YPG. Celle-ci offre un programme de dons jumelés et appuie les activités de collecte de fonds des employés.

Les employés de Trader ont également choisi la Société canadienne du cancer comme organisation caritative nationale. Trader offre un programme de dons jumelés et appuie les activités de collecte de fonds des employés.

Gouvernance d'entreprise

Yellow Média inc. s'engage à respecter des normes déontologiques élevées dans toutes ses activités et pratiques commerciales. Elle a un code de conduite et d'éthique qui est révisé annuellement. La Société a aussi adopté des conditions en matière de publicité pour ses clients qui sont affichées sur son site Web. Le comité de gouvernance d'entreprise et de nomination de la Société surveille et examine les pratiques de gouvernance d'entreprise.

Poursuites

La Société est partie à diverses poursuites sans importance dans le cours normal des activités; la direction est d'avis qu'aucune n'aura d'incidence défavorable importante sur le rendement financier et l'exploitation de la Société.

DESCRIPTION DE YELLOW MÉDIA INC.

Conversion du Fonds en la Société

Au premier trimestre de 2010, le Fonds a annoncé les détails du plan d'arrangement qui devait se traduire par la conversion du statut de fiducie de revenu à celui de société par actions ouverte traditionnelle versant des dividendes. Le 24 mars 2010, le Fonds a obtenu une ordonnance provisoire de la Cour supérieure du Québec relativement à son plan d'arrangement. Conformément à l'ordonnance provisoire, une assemblée annuelle et extraordinaire des porteurs de parts du Fonds s'est tenue le jeudi 6 mai 2010 aux fins d'examen du plan d'arrangement et d'approbation de la convention d'arrangement datée du 23 mars 2010 (dans sa version modifiée et mise à jour le 30 septembre 2010).

Afin de prendre effet, le plan d'arrangement exigeait la réception de toutes les approbations judiciaires et réglementaires, ainsi que de celle de la Bourse de Toronto, et le respect des autres conditions habituelles, en plus de l'approbation par au moins 66 2/3 % des voies exprimées par les porteurs de parts du Fonds, votant en personne ou par procuration lors de l'assemblée annuelle et extraordinaire du Fonds tenue le 6 mai 2010. Cette approbation a été obtenue le 6 mai 2010 lorsque les porteurs de parts du Fonds ont voté à 99,8 % en faveur de l'adoption du plan d'arrangement. Le 1^{er} octobre 2010, la Cour supérieure du Québec a rendu une ordonnance définitive approuvant le plan d'arrangement.

Le 1^{er} novembre 2010, le plan d'arrangement a pris effet par suite de la conversion de la fiducie de revenu du Fonds en une société ouverte versant des dividendes nommée Yellow Média inc. Les porteurs de parts du Fonds ont reçu une action ordinaire de Yellow Média inc. pour chaque part du Fonds détenue. Le même jour, les parts du Fonds ont été radiées de la cote de la Bourse de Toronto et la négociation des actions ordinaires de Yellow Média inc. à la Bourse de Toronto a commencé sous le symbole « YLO ».

Dans le cadre de la conversion, YPG LP a été liquidée et dissoute et la Fiducie et Commandité YPG recevront tout son actif et prendront à leur charge tout son passif, de sorte à avoir une participation indivise dans l'actif et le passif correspondant à leurs participations respectives. La Fiducie a ensuite été liquidée et dissoute et ses actifs et passifs ont été transférés au Fonds. Le Fonds a ensuite été liquidé et dissous et ses actifs et passifs ont été transférés à 7341261 Canada Inc. (société constituée sous le régime de la LCSA pour les fins du plan d'arrangement). Cette dernière a ensuite fusionné avec l'entité qu'elle a remplacée appelée Yellow Média inc, Commandité YPG, Canadian Phone Directories Holdings Inc. et 7341296 Canada Inc. (société constituée sous le régime de la LCSA pour les fins du plan d'arrangement) pour devenir la Société.

STRUCTURE DU CAPITAL

Description des actions ordinaires

Yellow Média inc. est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions ordinaires. Au 1^{er} mars 2011, 523 342 340 actions ordinaires de la Société étaient émises et en circulation. Les droits, privilèges, restrictions et conditions des actions ordinaires de la Société sont décrits ci-après.

Droits de vote

Les porteurs des actions ordinaires de Yellow Média inc. ont le droit d'exercer un droit de vote par action ordinaire à toutes les assemblées des actionnaires de la Société, sauf les assemblées où seuls les porteurs d'une autre catégorie ou série d'actions de la Société ont le droit de voter séparément comme catégorie ou série.

Dividendes

Les porteurs des actions ordinaires de Yellow Média inc. ont le droit de recevoir, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions rattachés aux autres catégories d'actions de la Société, les dividendes déclarés par le conseil d'administration de la Société sur les actions ordinaires. Voir « Dividendes et distributions - Politique en matière de dividendes ».

Droits en cas de dissolution

En cas de liquidation ou de dissolution, volontaire ou involontaire, de Yellow Média inc., les porteurs de ses actions ordinaires ont le droit de recevoir, lorsque toutes les dettes de Yellow Média inc. auront été payées et sous réserve des droits préférentiels des catégories d'actions de Yellow Média inc. prenant rang supérieur aux actions ordinaires, le reliquat des actifs et des biens de Yellow Média inc.

Description des actions privilégiées

Yellow Média inc. est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions privilégiées de premier rang rachetables à dividende cumulatif pouvant être émises en série. Chaque série d'actions privilégiées se composera du nombre d'actions et sera assortie des droits, privilèges, restrictions et conditions établis par le conseil d'administration de la Société avant l'émission. Sauf dans les cas prévus par la loi, les porteurs d'actions privilégiées n'auront pas le droit de voter aux assemblées des porteurs d'actions ordinaires de la Société. Quant au versement des dividendes et à la distribution d'actifs en cas de liquidation ou de dissolution volontaire ou forcée de Yellow Média inc., les actions privilégiées prendront rang avant les actions ordinaires de la Société et les autres actions sur lesquelles elles ont priorité comme il a été établi au moment de leur création. Au 1^{er} mars 2011, les actions privilégiées de série 1, les actions privilégiées de série 2, les actions privilégiées de série 3, les actions privilégiées de série 5 et les actions privilégiées de série 7 étaient les seules séries d'actions privilégiées de Yellow Média inc. en circulation. À l'heure actuelle, 11 278 820 actions privilégiées de série 1, 6 840 284 actions privilégiées de série 2, 8 300 000 actions

privilégiées de série 3, 5 000 000 actions privilégiées de série 5 et 533 333 actions privilégiées de série 7 sont émises et en circulation. Yellow Média inc. a déjà annoncé que le nombre de nouvelles actions privilégiées que Yellow Média inc. pouvait émettre après le 1^{er} novembre 2010 (soit, aux termes du plan d'arrangement, la date de prise d'effet de la conversion de la structure de la fiducie de revenu du Fonds en structure de société par actions) est limité à 175 millions et que ces actions privilégiées ne sont pas destinées à bloquer une prise de contrôle.

DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS

Politique en matière de dividendes

Le 1^{er} novembre 2010, la structure de fiducie de revenu du Fonds a été convertie en une structure de société par actions ouverte qui verse des dividendes, appelée Yellow Média inc. Voir « Description de Yellow Média inc. – Conversion du Fonds en la Société ». Les porteurs de parts du Fonds ont reçu une action ordinaire de Yellow Média inc. pour chaque part du Fonds détenue.

Le même jour, les parts du Fonds ont été radiées de la cote de la Bourse de Toronto. La négociation des actions ordinaires de Yellow Média inc. à la Bourse de Toronto a commencé le 1^{er} novembre 2010 sous le symbole « YLO ».

Les dividendes mensuels pour les mois de novembre et de décembre 2010 ont été maintenus à 0,0667 \$ (0,80 \$ annuellement) par action ordinaire de Yellow Média inc. Les dividendes de novembre et de décembre 2010 étaient payables aux détenteurs d'actions ordinaires inscrits à la clôture des registres le 30 novembre 2010 et le 31 décembre 2010, respectivement, et ont été versés le 15 décembre 2010 et le 17 janvier 2011, respectivement.

Depuis janvier 2011, la Société a commencé à verser un dividende mensuel de 0,0542 \$ (0,65 \$ annuellement) par action ordinaire de Yellow Média inc. Le premier dividende mensuel a été déclaré en janvier pour les porteurs inscrits le 31 janvier 2011 et a été versé le 15 février 2011.

La politique en matière de dividendes relative aux actions ordinaires de Yellow Média inc. sera laissée à la discrétion du conseil d'administration de la Société, qui pourra notamment la modifier selon les bénéfices et les besoins financiers de la Société, les résultats des tests de solvabilité imposés par la LCSA pour la déclaration des dividendes ou pour tout autre motif pertinent.

Historique des distributions

Parts du Fonds de revenu Pages Jaunes (du 7 août 2008 au 1^{er} novembre 2010)

Date de l'annonce de l'augmentation/de la diminution	Date de prise d'effet (date de la première distribution)	Montant de la distribution par part du Fonds (par mois)
7 août 2008	15 septembre 2008	0,0975 \$ ¹
7 mai 2009	15 juin 2009	0,0667 \$

⁽¹⁾ Du 1^{er} janvier 2008 au 15 septembre 2008, le montant distribué par part du Fonds s'élevait à 0,09417 \$ par mois.

Actions ordinaires de Yellow Média inc. (en date du 1^{er} novembre 2010)

Date de l'annonce de l'augmentation/de la diminution	Date de prise d'effet (date du premier dividende)	Montant du dividende par action ordinaire (par mois)
11 février 2010	15 février 2011	0,0542 \$

Dividendes sur les actions privilégiées

Un des prédécesseurs de Yellow Média inc. a émis les actions privilégiées de série 1 et les actions privilégiées de série 2 le 6 mars 2007 et le 8 juin 2007, respectivement. Conformément aux modalités et aux taux de dividendes fixes applicables à celles-ci, la Société a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants par action privilégiée de série 1 et par action privilégiée de série 2, respectivement, depuis leurs dates d'émission respectives.

	T1 (\$)		T2 (\$)		T3 (\$)		T4 (\$)	
	Série 1	Série 2	Série 1	Série 2	Série 1	Série 2	Série 1	Série 2
2010	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250
2009	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250
2008	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250	0,26563	0,31250

Un des prédécesseurs de Yellow Média inc. a émis les actions privilégiées de série 3 et les actions privilégiées de série 5 le 23 septembre 2009 et le 22 décembre 2009, respectivement. Conformément aux modalités et aux taux de dividendes fixes applicables à celles-ci, la Société a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants par action privilégiée de série 3 et par action privilégiée de série 5, respectivement, depuis leurs dates d'émission respectives.

	T1 (\$)		T2 (\$)		T3 (\$)		T4 (\$)	
	Série 3	Série 5	Série 3	Série 5	Série 3	Série 5	Série 3	Série 5
2010	0,42188	0,45842	0,42188	0,43125	0,42188	0,43125	0,42188	0,43125
2009	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	0,44846	s.o.

Régime de réinvestissement des dividendes

Le 21 octobre 2010, Yellow Média inc. a annoncé l'adoption d'un régime de réinvestissement des dividendes (le « RRD »). Le RRD a pris effet au moment de la conversion, déjà annoncée, de la structure de fiducie de revenu de la Société en une structure de société par actions, conversion qui a été réalisée le 1^{er} novembre 2010. Aux termes du RRD, les porteurs d'actions ordinaires de la Société qui sont des résidents du Canada peuvent choisir de réinvestir les dividendes en espèces versés sur leurs actions ordinaires en actions ordinaires supplémentaires de Yellow Média inc.

Aux termes du régime, Yellow Média inc. peut choisir d'acheter des actions ordinaires sur le marché libre ou d'en émettre de nouvelles. Le RRD permet à la Société d'émettre de nouvelles actions ordinaires comportant ou non un escompte d'au plus 5 % par rapport au cours moyen applicable (au sens du RRD). À l'heure actuelle, pour les fins du RRD, la Société a l'intention d'émettre de nouvelles actions ordinaires comportant un escompte de 5 % par rapport au cours moyen (défini dans le RRD) des actions ordinaires à la date de versement des dividendes applicable.

MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Les actions ordinaires, les actions privilégiées de série 1, les actions privilégiées de série 2, les actions privilégiées de série 3, les actions privilégiées de série 5 et les débetures convertibles de Yellow Média inc. sont inscrites à la cote de la Bourse de Toronto sous les symboles « YLO », « YLO.PR.A », « YLO.PR.B », « YLO.PR.C », « YLO.PR.D » et « YLO.DB.A », respectivement.

Cours et volume des opérations

Les tableaux suivants indiquent la fourchette mensuelle des prix plafond et plancher par part/action ordinaire, action privilégiée de série 1, action privilégiée de série 2, action privilégiée de série 3, action privilégiée de série 5, débeture échangeable et débeture convertible à la fermeture des marchés (Bourse de Toronto), ainsi que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des parts/actions ordinaires, actions privilégiées de série 1, actions privilégiées de série 2, actions privilégiées de série 3, actions privilégiées de série 5 et débetures convertibles négociées à la cote de la Bourse de Toronto pendant l'exercice terminé le 31 décembre 2010.

Parts/actions ordinaires

Mois en 2010	Prix par part/ action ordinaire (\$) Plafond mensuel	Prix par part/ action ordinaire (\$) Plancher mensuel	Volume mensuel total des parts/ actions ordinaires	Volume quotidien moyen des parts/ actions ordinaires
Janvier	5,60	5,17	46 382 242	2 319 112
Février	5,93	5,17	66 722 538	3 511 713
Mars	6,22	5,87	52 587 388	2 286 408
Avril	6,98	6,21	39 590 458	1 885 260
Mai	6,63	6,18	43 690 421	2 184 521
Juin	6,35	5,96	25 377 989	1 153 545
Juillet	5,95	5,64	26 605 046	1 266 907
Août	5,73	5,12	40 805 829	1 943 135
Septembre	5,55	5,20	38 764 454	1 845 926
Octobre	6,18	5,43	64 718 041	3 235 902
Novembre ⁽¹⁾	6,40	6,06	53 938 048	2 451 729
Décembre	6,38	6,17	33 270 371	1 584 303

⁽¹⁾ Le 1^{er} novembre 2010, les parts du Fonds ont été radiées de la cote de la Bourse de Toronto. La négociation d'actions ordinaires de Yellow Média inc. à la Bourse de Toronto a commencé à cette date.

Actions privilégiées de série 1

Mois en 2010	Prix par action (\$) Plafond mensuel	Prix par action (\$) Plancher mensuel	Volume mensuel total des actions	Volume mensuel total des actions
Janvier	24,30	23,75	488 075	24 404
Février	24,50	23,83	432 174	22 746
Mars	24,88	24,00	465 928	20 258
Avril	24,80	23,56	320 146	15 245
Mai	24,71	24,26	232 599	11 630
Juin	24,80	24,48	315 296	14 332
Juillet	24,85	24,50	481 638	22 935
Août	24,77	24,63	693 355	33 017
Septembre	25,00	24,70	911 849	43 421
Octobre	25,00	24,83	298 941	14 947
Novembre	25,10	24,99	409 601	18 618
Décembre	25,06	24,92	522 158	24 865

Actions privilégiées de série 2

Mois en 2010	Prix par action (\$) Plafond mensuel	Prix par action (\$) Plancher mensuel	Volume mensuel total des actions	Volume mensuel total des actions
Janvier	19,48	18,90	380 116	19 006
Février	21,21	19,05	356 599	18 768
Mars	21,84	21,16	241 203	10 487
Avril	21,99	20,51	151 539	7 216
Mai	21,24	20,13	132 687	6 634
Juin	20,90	19,82	203 349	9 243
Juillet	20,92	19,90	175 261	8 346
Août	21,30	20,42	257 174	12 246
Septembre	21,94	21,25	153 588	7 314
Octobre	21,55	21,05	237 104	11 855
Novembre	21,70	21,06	652 620	29 665
Décembre	21,50	20,97	189 336	9 016

Actions privilégiées de série 3

Mois en 2010	Prix par action (\$) Plafond mensuel	Prix par action (\$) Plancher mensuel	Volume mensuel total des actions	Volume mensuel total des actions
Janvier	24,59	24,02	422 472	21 124
Février	24,51	23,61	211 291	11 121
Mars	24,75	24,25	377 976	16 434
Avril	24,73	24,21	291 384	13 875
Mai	24,70	23,59	204 500	10 225
Juin	24,55	23,75	176 807	8 037
Juillet	24,23	23,64	166 524	7 930
Août	24,21	23,75	226 853	10 803
Septembre	24,10	23,75	588 293	28 014
Octobre	24,82	23,92	383 639	19 182
Novembre	24,94	24,40	269 397	12 245
Décembre	24,79	23,51	250 117	11 910

Actions privilégiées de série 5

Mois en 2010	Prix par action (\$) Plafond mensuel	Prix par action (\$) Plancher mensuel	Volume quotidien moyen des actions	Volume quotidien moyen des actions
Janvier	24,00	23,49	567 863	28 393
Février	24,30	23,26	410 026	21 580
Mars	25,15	24,15	278 662	12 116
Avril	25,48	24,75	161 565	7 694
Mai	25,00	23,99	121 365	6 068
Juin	24,98	24,20	139 837	6 356
Juillet	24,69	24,16	124 307	5 919
Août	24,54	24,25	165 837	7 897
Septembre	24,50	24,10	142 241	6 773
Octobre	24,66	24,01	156 352	7 818
Novembre	25,11	24,65	142 181	6 463
Décembre	25,00	24,35	112 249	5 612

Débitures convertibles

Mois en 2010	Prix par débenture (\$) Plafond mensuel	Prix par débenture (\$) Plancher mensuel	Volume mensuel total des débentures	Volume quotidien moyen des débentures
Juillet	99,00	95,60	s.o.	s.o.
Août	97,00	95,50	s.o.	s.o.
Septembre	97,89	96,00	s.o.	s.o.
Octobre	98,70	97,50	s.o.	s.o.
Novembre	99,25	98,25	7 762	352 818
Décembre	98,60	97,50	6 726	320 265

RISQUES ET INCERTITUDES

Les facteurs de risque suivants doivent être pris en considération :

Concurrence

Les activités annuaires font concurrence à d'autres entreprises d'annuaires, de médias publicitaires et d'annonces classées, y compris l'Internet, les journaux, la télévision, la radio, l'Internet, les appareils de télécommunication sans fil, les revues, les panneaux publicitaires et le publipostage direct. En particulier, les activités annuaires font face à une vive concurrence en raison de la pénétration accrue d'Internet au moyen des moteurs de recherche en ligne et par l'entremise d'organismes de réseautage social. Il est possible que la Société ne puisse livrer concurrence de manière efficace à ces concurrents en ligne, dont certains pourraient disposer de plus grandes ressources que la Société. La stratégie Internet de la Société et ses activités annuaires pourraient être défavorablement touchées si les grands moteurs de recherche établissent des équipes de vente locales ou si elles font affaire de manière plus efficace avec les petites entreprises locales concernant les services de recherche. Voir « Activités de la Société – Annuaires – Concurrence dans le secteur des annuaires ».

Le secteur des médias verticaux fait également face à une forte concurrence en ligne. La pénétration accrue d'Internet et l'augmentation du nombre de sites d'annonces classées gratuites qui en découle pourraient entraîner une baisse du total des produits d'exploitation tirés des annonces classées, en particulier si l'entreprise de médias verticaux est incapable de trouver un moyen de rentabiliser efficacement ses activités en ligne. De plus, l'entreprise de médias verticaux est en concurrence pour les emplacements avantageux chez les détaillants. Voir « Activités de la Société – Médias verticaux – Concurrence dans les médias verticaux ».

La Société pourrait être forcée de réduire ses prix ou d'offrir et d'assurer la prestation d'autres services pour demeurer concurrentielle. Dans l'éventualité où la Société ne pourrait soutenir efficacement la concurrence actuelle ou future, cette situation pourrait entraîner un certain nombre d'incidences, notamment la diminution de sa clientèle d'annonceurs et de ses tarifs, ainsi que l'augmentation de ses coûts, ce qui pourrait avoir un effet défavorable important sur sa situation financière et ses résultats d'exploitation.

Baisse générale dans l'utilisation des annuaires imprimés et des médias verticaux

La Société pourrait être gravement affectée par le recul persistant dans l'utilisation des annuaires téléphoniques imprimés et des médias verticaux. L'arrivée de nouvelles technologies et l'utilisation généralisée d'Internet entraînent des changements dans les préférences et habitudes des consommateurs. Plus particulièrement, les produits imprimés pourraient s'en ressentir et connaître une diminution d'utilisation, ce qui mènerait en bout de ligne à une diminution des revenus publicitaires. Puisqu'une grande partie des revenus publicitaires de la Société proviennent des publications imprimées, les nouveaux revenus que la Société pourrait tirer des produits en ligne ne compenseraient pas nécessairement la chute des revenus tirés des médias imprimés, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable importante sur ses activités.

Accès au financement

Il est possible que la Société doive refinancer ses facilités de crédit ou autres dettes. Il se peut également qu'elle ait besoin de financement supplémentaire pour ses dépenses en immobilisations futures et ses acquisitions éventuelles. La situation économique pourrait limiter davantage la capacité de la Société de répondre à ses besoins futurs de financement, augmenter le coût moyen pondéré du capital et entraîner d'autres hausses des coûts appliqués par les contreparties elles-mêmes aux prises avec des problèmes de liquidités et des augmentations du coût du capital. Les perturbations et la volatilité élevée des marchés financiers pourraient réduire le montant du capital accessible ou en augmenter le coût. Si la Société n'est pas en mesure d'obtenir ce financement supplémentaire au moment voulu, le cas échéant, ou de refinancer ses facilités de crédit ou ses autres dettes ou qu'elle peut uniquement le faire à des conditions moins favorables ou plus restrictives, cela pourrait avoir un effet défavorable important sur sa situation financière et sa croissance future en limitant les acquisitions et les dépenses en immobilisations, et pourrait également limiter indirectement les dividendes en espèces ou nuire à sa capacité d'en payer.

Fluctuations des taux d'intérêt

La Société est exposée au risque de fluctuations des taux d'intérêt à court terme sur certaines de ses obligations financières à taux d'intérêt variables. Elle est également exposée au risque de fluctuations des taux d'intérêt à long terme et aux écarts de taux d'intérêt au moment du refinancement de ses dettes à leur échéance. Le taux d'intérêt sur les émissions de titres de créance à long terme dépendra des taux d'intérêt du marché au moment du refinancement et de l'échéance de la nouvelle créance émise. Une hausse des taux d'intérêt à court terme et des taux d'intérêt sur les nouvelles émissions de titres de créance pourrait avoir une incidence défavorable importante sur le bénéfice de la Société.

Cotisations aux régimes de retraite

La Société cotise et pourrait ultérieurement devoir verser d'autres cotisations à ses régimes de retraite en fonction de divers facteurs, dont le rendement futur des actifs de retraite, les taux d'intérêt à long terme et la modification de la réglementation sur les pensions, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur ses liquidités et ses résultats d'exploitation.

Les exigences de capitalisation relatives aux régimes de retraite de la Société à la suite de l'évaluation des actifs et passifs de ses régimes de retraite, dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont le rendement des actifs de retraite, les taux d'intérêt à long terme, la démographie du régime et la réglementation sur les pensions. Des changements à ces facteurs pourraient faire en sorte que les cotisations futures réelles diffèrent sensiblement des estimations actuelles de la Société, qui serait alors tenue, dans l'avenir, de verser d'autres cotisations à ses régimes de retraite, ce qui aurait une incidence défavorable sur sa liquidité et ses résultats d'exploitation.

Rien ne garantit que les régimes de retraite de la Société seront en mesure d'atteindre leur taux de rendement hypothétique. Une partie considérable des actifs de retraite de la Société est placée dans des titres de participation de sociétés ouvertes. Par conséquent, la capacité de la Société de réaliser le taux de rendement prévu par la direction dépend en grande partie du rendement des marchés financiers. Les conditions financières se répercutent également sur le taux d'escompte utilisé pour calculer les obligations de solvabilité de la Société et pourraient donc avoir un effet considérable sur ses obligations de capitalisation en espèces.

Dépendance envers les sociétés de télécommunications partenaires

YPG a conclu une convention de services de facturation et de recouvrement avec Bell Canada (jusqu'en 2016), avec Telus (jusqu'en 2031), avec MTS Allstream Inc. (jusqu'en 2036) et avec Bell Aliant (jusqu'en 2037). Grâce à ces conventions, la facturation de YPG figure de manière distincte sur les factures téléphoniques des clients de Bell, Telus, MTS Allstream Inc. et Bell Aliant auxquels la Société fournit des services. De plus, les sociétés de télécommunications partenaires perçoivent auprès de leurs clients, pour le compte de YPG, les sommes qu'ils doivent à celle-ci à titre d'annonceurs. En outre, YPG a conclu des conventions de publication avec chacune des sociétés de télécommunications partenaires. Si YPG ne respecte pas ses obligations aux termes de ces conventions et que, pour cette raison, les sociétés de télécommunications partenaires les résilient, les autres conventions que la Société a conclues avec les sociétés de télécommunications partenaires pourraient aussi être résiliées, notamment les

conventions de licence d'utilisation de la marque de commerce de Bell Canada, la convention de licence d'utilisation de la marque de commerce de Telus, la convention relative à la stratégie de marques et aux licences d'utilisation des marques de commerce de MTS Allstream Inc. et la convention relative à la stratégie de marques et aux licences d'utilisation des marques de commerce de Bell Aliant, ainsi que toutes les clauses de non-concurrence convenues entre YPG et chacune des sociétés de télécommunications partenaires. YPG et Canpages ont en outre passé des ententes avec des fournisseurs externes en ce qui a trait à l'impression et à la distribution de leurs annuaires et de leurs publications. Ces ententes se rapportent à des services qui font partie intégrante de l'entreprise de la Société.

L'incapacité des sociétés de télécommunications partenaires ou d'autres fournisseurs de remplir leurs obligations contractuelles (y compris si l'un d'eux demandait la protection des lois canadiennes sur la faillite) pourrait avoir une incidence défavorable sur les activités de la Société tant qu'elle n'aura pas trouvé un autre fournisseur capable d'exécuter les services en question. Voir « Activités de la Société – Liens d'affaires à long terme avec des sociétés de télécommunications ».

Dépendance envers les marques de produit et marques de commerce clés et incapacité de protéger les droits de propriété intellectuelle

Une grande partie des produits d'exploitation de la Société dépend grandement de ses marques de produit et marques de commerce. L'incapacité de la Société de protéger efficacement la vitalité et l'intégrité de ces marques de produit et marques de commerce ou d'en créer de nouvelles risquerait de nuire aux résultats d'exploitation et à la situation financière de la Société.

Des tiers pourraient contrefaire ou détourner les marques de commerce de la Société ou ses autres droits de propriété intellectuelle ou en contester la validité, ce qui pourrait avoir un effet défavorable important sur les activités, la situation financière ou les résultats d'exploitation de la Société. Les mesures prises par la Société pour protéger ses marques de commerce et autres droits de propriété pourraient se révéler insuffisantes. Il pourrait être nécessaire d'intenter des poursuites pour faire respecter ou protéger les droits de propriété intellectuelle de la Société et ses secrets commerciaux ou établir la validité et l'étendue des droits de propriété d'autres parties. La Société ne peut pas garantir qu'elle sera en mesure d'empêcher la violation de ses droits de propriété intellectuelle ou le détournement des renseignements commerciaux de nature exclusive de la Société.

Cette violation ou ce détournement pourrait nuire aux avantages concurrentiels actuels et futurs que la Société tire de ses droits de propriété. Par ailleurs, des tiers pourraient poursuivre la Société pour contrefaçon. Tout litige de cette nature pourrait exposer la Société à d'importants dommages-intérêts. Un jugement défavorable découlant d'une poursuite de ce type pourrait contraindre la Société à trouver le moyen de ne pas contrevenir au brevet d'un tiers ou à utiliser sous licence une technologie de remplacement d'une autre partie. De plus, une poursuite pourrait être onéreuse et chronophage et risquerait d'accaparer le temps et les ressources de la Société. Toute réclamation d'un tiers pourrait aussi nuire à la capacité de la Société d'utiliser les biens intellectuels visés par ces réclamations.

Relations de travail

Certains employés de la Société non membres de la direction sont syndiqués. Les conventions collectives actuelles ont une durée d'environ deux à quatre ans et expirent à des dates futures diverses. Si la Société n'était pas en mesure de renouveler ces conventions au moment de leur renégociation respective, il pourrait en résulter des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail qui pourraient avoir des répercussions défavorables de taille sur l'entreprise de la Société.

Questions d'ordre fiscal

Dans le cours normal des activités de la Société, les autorités fiscales procèdent à des vérifications continues. À cet égard, la Société estime que tous les frais réclamés par les différentes entités du groupe sont raisonnables et déductibles et que le coût et la déduction du coût en capital utilisés pour les biens amortissables de ces entités ont été calculés correctement. Rien ne garantit que les autorités fiscales ne contesteront pas ces positions. Si elles réussissent, ces contestations pourraient avoir un effet défavorable sur le bénéfice de la Société et le rendement des actionnaires.

Pertes

La Société pourrait subir des pertes qui pourraient réduire ses actifs et son bénéfice déclarés. L'achalandage et les actifs incorporels identifiables constituent une grande partie des actifs de la Société. Des facteurs économiques, juridiques, réglementaires, concurrentiels, contractuels et d'autres facteurs pourraient avoir une incidence sur la valeur de l'achalandage et des actifs incorporels identifiables. Si un de ces facteurs devait faire baisser la valeur de ces actifs, les règles comptables exigent que la Société diminue leurs valeurs comptables et comptabilise une perte, ce qui réduirait les actifs et le bénéfice déclarés de la Société pour l'exercice où cette perte est comptabilisée.

Acquisitions de nouvelles entreprises

Les acquisitions de nouvelles entreprises font partie de la stratégie de croissance de la Société et pourraient exposer celle-ci à des risques commerciaux, notamment des difficultés à intégrer les systèmes d'administration, d'information financière et d'exploitation, à gérer les activités nouvellement acquises et à améliorer leur efficacité à conserver les employés clés des activités acquises et à réaffecter le temps et les ressources de gestion. En outre, des acquisitions futures pourraient entraîner des dettes, des frais et des passifs éventuels supplémentaires. Par ailleurs, il se pourrait que les synergies attendues des acquisitions réalisées ne se concrétisent pas.

Progrès dans les technologies des communications

Les progrès dans les technologies des communications comme les appareils sans fil et la voix sur protocole Internet ainsi que les facteurs démographiques (comme le passage éventuel des jeunes des communications téléphoniques sur fil vers les technologies de communication sans fil ou autres) peuvent éroder davantage la position sur le marché des services publics téléphoniques, dont les sociétés de télécommunications partenaires. Par conséquent, il est possible que les sociétés de télécommunications partenaires ne demeurent pas le prestataire de services téléphoniques local de base d'une région de services locale précise, que les licences d'éditeur exclusif de la Société sur les marchés ou d'utilisation de leurs marques dans ses annuaires sur ces marchés pourrait ne pas être aussi valable que nous le prévoyons actuellement, et il se pourrait que la Société n'obtienne pas certains des avantages existants découlant de ses ententes commerciales avec les sociétés de télécommunications partenaires.

Dépendance envers le personnel clé

Le succès de la Société est tributaire des capacités, de l'expérience et des efforts personnels des membres de sa haute direction, y compris leur aptitude à attirer et à garder un personnel compétent. La Société est également tributaire du nombre de représentants qu'elle emploie et de leur expérience. La perte des services de ce personnel clé pourrait avoir une incidence défavorable importante sur l'entreprise, la situation financière ou les perspectives futures de la Société.

Prix

La Société augmente parfois les prix pour ses produits et services. Rien ne garantit que la Société puisse continuer à augmenter les prix à l'avenir.

Récession prolongée dans les marchés principaux

La Société tire principalement ses revenus de la vente d'annonces dans des annuaires Pages Jaunes^{MC} dans tout le pays. Le produit des annonces de la Société, ainsi que celui des éditeurs d'annuaires en général ne varient habituellement pas de façon importante dans les cycles économiques. Toutefois, une récession prolongée qui toucherait les marchés de la Société, y compris le ralentissement économique mondial actuel, s'il se prolonge, pourrait avoir une incidence défavorable importante sur les activités de la Société. Les incidences défavorables d'une récession sur la Société, y compris le ralentissement économique mondial actuel, pourraient être aggravées par le fait que la majorité des clients de la Société sont des petites et moyennes entreprises (des « PME »). Ces entreprises ont de plus modestes ressources financières et de plus haut taux de faillites que des grandes entreprises et pourraient être plus vulnérables aux récessions prolongées. Par conséquent, ces PME pourraient être davantage enclines à réduire ou à éliminer leurs annonces dans les annuaires de la Société, ce qui pourrait nuire gravement aux activités de la Société.

Clauses restrictives relativement à la dette actuelle et future de la Société

La capacité de la Société de verser des dividendes ou de faire d'autres paiements ou d'accorder d'autres avances sera assujettie aux lois applicables et restrictions contractuelles contenues dans les documents régissant une dette de ces entités, y compris la facilité renouvelable et la facilité non renouvelable

La facilité renouvelable, la facilité non renouvelable et les actes de fiducie relatifs au programme de BMT et aux débetures échangeables contiendront des clauses restrictives qui limiteront le pouvoir discrétionnaire de la direction de la Société relativement à certaines questions d'affaires. Ces clauses imposent des restrictions importantes sur, entre autres, la capacité de la Société de consentir des sûretés, de verser des dividendes sur ses actions ou d'effectuer certains autres paiements, investissements et prêts, d'accorder des garanties, de vendre ou autrement céder des actifs et de fusionner ou se regrouper avec une autre entité. En outre, la facilité renouvelable et la facilité non renouvelable contiennent un certain nombre de clauses financières qui exigent de la Société qu'elle respecte certains ratios financiers et critères de situation financière. Les billets à moyen terme de séries 7, 8, 9 et 10 comportent aussi des clauses restrictives aux termes desquelles il est interdit à la Société de contracter une dette additionnelle à moins de respecter un ratio maximal de la dette à long terme totale consolidée sur le BAIIA consolidé (définis dans l'acte de fiducie relatif aux billets à moyen terme de séries 7, 8, 9 et 10) de 4,25. Le non-respect des obligations financières imposées par la facilité renouvelable, la facilité non renouvelable et le programme de BMT ou les débetures échangeables pourrait entraîner un défaut qui, en l'absence de renonciation par le créancier, risquerait d'entraîner la cessation des dividendes par la Société et de provoquer l'avancement de l'échéance de la dette en cause. Le cas échéant, y compris en cas d'avancement de l'échéance de toute convention de couverture conclue avec un prêteur, rien ne garantit que les actifs de la Société permettraient le remboursement total de la dette. Voir « Activités de la Société – Financement par emprunt ».

Vente d'annonces à des comptes nationaux

Environ 10 % des produits tirés des annuaires de la Société pour 2010 provenaient de la vente d'annonces à des chaînes nationales ou à des chaînes régionales importantes qui ont acheté des annonces dans plusieurs annuaires publiés par la Société. Afin de vendre des annonces à ces comptes, la Société engage sous contrat des agents de commercialisation agréés à commission (les « ACC »), qui sont des tiers indépendants agissant à titre de mandataires pour des annonceurs nationaux et qui conçoivent leurs annonces, organisent l'emplacement de ces annonces dans des annuaires et fournissent des services de facturation. Par conséquent, les liens d'affaires de la Société avec ces annonceurs nationaux dépendent en grande partie du rendement de ces ACC tiers que la Société ne contrôle pas. Tout particulièrement, la Société compte énormément sur cinq de ces ACC, qui représentent environ 6 % des produits tirés des annuaires de la Société pour 2010. Bien que la Société soit d'avis que son lien d'affaires avec ces ACC soit mutuellement avantageux et que les autres ACC avec lesquels elle entretient des liens d'affaires actuels ou d'autres tiers pourraient couvrir les besoins de la Société; si certains ACC étaient incapables de fournir leurs services à la Société à des conditions acceptables ou s'ils refusaient de les fournir, cette incapacité ou ce refus pourrait avoir une incidence défavorable importante sur les activités de la Société. En outre, toute baisse du rendement de ces ACC pourrait nuire à la capacité de la Société de générer des produits de ses comptes nationaux et pourrait avoir une incidence défavorable importante sur les activités de la Société.

Dépendance envers les moteurs de recherche et les portails

La Société a conclu des ententes avec plusieurs portails Internet, moteurs de recherche et sites Web individuels pour faire la promotion de ses annuaires en ligne. Ces ententes facilitent l'accès du contenu de la Société et des annonces de ses clients par ces portails, ces moteurs de recherche et ces sites Web individuels. Elles permettent à la Société de produire un volume de trafic supérieur à celui qu'elle obtiendrait seule, tout en maintenant sa relation avec ses clients. En retour, les portails, les moteurs de recherche et les sites Web individuels obtiennent, par l'entremise de la Société, des contrats d'annonceurs qui, autrement, ne feraient pas affaire avec eux. La résiliation de ces ententes pourrait nuire aux résultats de la Société.

Dépendance envers la technologie

Les activités commerciales de la Société reposent dans une large mesure sur l'exploitation efficace et ininterrompue de ses ordinateurs et de ses systèmes de communications de même que de ceux de tierces parties. Le traitement des ventes et de la publicité, le stockage des données, la production, la facturation, le recouvrement et les transactions courantes de la Société pourraient souffrir grandement de la défaillance de cette technologie, ce qui, à son tour, pourrait nuire considérablement aux activités de la Société.

En outre, les systèmes informatiques et de TI de la Société sont sensibles aux dommages et aux interruptions de diverses provenances et nos plans de rétablissement du service après sinistre pourraient être inefficaces. Toute panne de ces systèmes pourrait nuire à nos activités, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable importante sur les activités de la Société.

Réglementation

À l'heure actuelle, les activités commerciales de la Société ne sont pas réglementées par un organisme de réglementation. Toutefois, la Société fournit des services à des compagnies de téléphone, qui évoluent dans un secteur hautement réglementé. Si elle venait à être assujettie à des règlements, la Société ou ses activités de publication d'annuaires pourraient être sérieusement touchées.

Conformité aux règles environnementales

La Société est assujettie aux lois et à la réglementation qui ont trait à la protection de l'environnement. L'imposition de nouvelles lois environnementales, notamment en ce qui a trait à l'élimination des déchets, ou une nouvelle interprétation des lois et de la réglementation actuelles ou leur application par des organismes gouvernementaux, pourrait entraîner des dépenses imprévisibles élevées qui, à leur tour, pourraient nuire considérablement aux activités de la Société.

AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES

Compagnie Trust CIBC Mellon agit en qualité d'agent des transferts et d'agent chargé de la tenue des registres de la Société. Le registre des transferts de titres de la Société est tenu au principal établissement de transfert de Compagnie Trust CIBC Mellon à Montréal.

ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS DE YELLOW MÉDIA INC.

Administrateurs

Le tableau suivant présente, pour chaque administrateur actuel de Yellow Média inc., son nom, la province ou l'État de sa résidence, ses fonctions au sein de Yellow Média inc. et sa participation à divers comités du conseil d'administration, le cas échéant, son poste principal, la date depuis laquelle il est administrateur de Yellow Média inc. ou des entités qu'elle a remplacées, le nombre d'actions ordinaires et d'actions avec restrictions de Yellow Média inc. dont il a la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, en date du 31 décembre 2010. Le mandat de chacun des administrateurs viendra à échéance à la prochaine assemblée annuelle des porteurs de titres de Yellow Média inc., selon le cas, ou à l'élection de son remplaçant.

<u>Nom et province ou État de résidence</u>	<u>Poste principal</u>	<u>Administrateur depuis</u>	<u>Nombre d'actions en propriété véritable</u>	<u>Nombre d'actions avec restrictions en propriété véritable</u>
Marc L. Reisch ⁽¹⁾⁽³⁾ New York (États-Unis)	Président du conseil, président et chef de la direction, Visant Corporation	novembre 2002	132 042	14 000
Marc P. Tellier Québec (Canada)	Président et chef de la direction, YPG	novembre 2002	297 930	1 476 236

Nom et province ou État de résidence	Poste principal	Administrateur depuis	Nombre d'actions en propriété véritable	Nombre d'actions avec restrictions en propriété véritable
Michael T. Boychuk ⁽²⁾⁽⁴⁾ Québec (Canada)	Président et chef de la direction de Bimcor Inc.	septembre 2003	46 174	7 000
John R. Gaulding ⁽³⁾⁽⁴⁾ Californie (États-Unis)	Président du conseil, Gaulding & Co.	août 2003	43 174	7 000
Paul Gobeil ⁽²⁾⁽⁴⁾ Ontario (Canada)	Vice-président du conseil, Metro inc.	avril 2004	50 174	7 000
Michael R. Lambert ⁽³⁾ Alberta (Canada)	Chef des services financiers, Le Groupe Forzani ltée	avril 2004	43 174	7 000
Anthony G. Miller ⁽²⁾ Ontario (Canada)	Administrateur de sociétés	juin 2003	33 274	7 000
Heather E.L. Munroe-Blum ⁽³⁾⁽⁴⁾ O.C., Ph.D Québec (Canada)	Professeure, principale et vice-chancelière de l'Université McGill	mai 2006	24 774	7 000
Martin Nisenholtz ⁽²⁾ New York (États-Unis)	Vice-président principal, Exploitation numérique, The New York Times Company	mai 2006	28 174	7 000
Michael E. Roach Québec (Canada)	Président et chef de la direction du Groupe CGI inc.	février 2011	3 000	néant
J. Heidi Roizen ⁽⁴⁾ Californie (États-Unis)	Chef de la direction, Skinny Little Things, LLC	août 2009	néant	10 000
Stuart H. B. Smith ⁽²⁾ Ontario (Canada)	Président du conseil, EPIC Realty Partners Inc.	avril 2004	30 174	7 000

⁽¹⁾ Président du conseil.

⁽²⁾ Membre du comité de vérification.

⁽³⁾ Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération.

⁽⁴⁾ Membre du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination.

Biographies

Le texte qui suit présente une brève notice biographique pour chacun des administrateurs actuels de Yellow Média inc.

Marc L. Reisch est président du conseil, président et chef de la direction de Visant Corporation depuis octobre 2004. Auparavant, depuis septembre 2002, M. Reisch était conseiller principal de Kohlberg Kravis Roberts & Co. Il a également été président du conseil et chef de la direction de Québecor World Amérique du Nord d'août 1999 à septembre 2002. M. Reisch est titulaire d'un baccalauréat ès sciences et d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université Cornell.

Marc P. Tellier est président et chef de la direction de la Société et des sociétés qui l'ont précédée depuis octobre 2001. Avant de se joindre à la Société, M. Tellier était dirigeant de Bell Canada et agissait à titre de premier vice-président — Développement de partenariats. Il a également été président et chef de la direction de Sympatico-Lycos Inc. M. Tellier a entrepris sa carrière au sein de Bell Canada en 1990. M. Tellier est lauréat du prix « Top 40 under 40™ » au Canada, édition 2000. Il est membre du conseil d'administration de la Yellow Pages

Association et de la Banque Nationale du Canada. Il est titulaire d'un baccalauréat en économie de l'Université d'Ottawa.

Michael T. Boychuk est chef de la direction de Bimcor depuis juillet 2009. De novembre 1999 à juillet 2009, il a été premier vice-président et trésorier de BCE Inc. et de Bell Canada. Il est administrateur de Bimcor Inc. et membre du conseil consultatif de Centennial Ventures, société d'investissement américaine. Il siège également au conseil consultatif international de la Faculté d'administration de l'Université McGill et est membre du comité de vérification de l'Université McGill. M. Boychuk est comptable agréé. Il est titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université McGill et d'un diplôme d'études supérieures en expertise comptable.

John R. Gauling est consultant privé auprès d'investisseurs et d'entreprises dans les domaines de la stratégie et de l'organisation. M. Gauling a également occupé des postes de haut dirigeant auprès de diverses sociétés dans le secteur des services financiers, a été associé principal d'une entreprise mondiale de services-conseils stratégiques et a été président et chef de la direction de Pacific Bell Directory, Inc. de 1985 à 1990. De 1987 à 1990, M. Gauling était également coprésident du conseil de la Yellow Pages Publishers Association. M. Gauling siège actuellement au conseil d'administration de Monster Worldwide, Inc. et d'ANTS Software, Inc., et il est le président du conseil des fiduciaires de la Dominican University of California. M. Gauling est titulaire d'un baccalauréat en génie de la University of California, Los Angeles, et d'une maîtrise en administration des affaires avec distinction de la University of Southern California.

Paul Gobeil est vice président du conseil d'administration de Metro inc. depuis 1990. Il a occupé des postes de haute direction au sein de diverses sociétés dans le secteur de l'alimentation ainsi qu'auprès du gouvernement du Québec, où il a été, notamment, ministre délégué à l'Administration, président du Conseil du Trésor et ministre des Affaires internationales. De 2002 à 2007, il était président du conseil d'administration d'Exportation et Développement Canada. M. Gobeil est actuellement administrateur de Metro inc., de la Banque Nationale du Canada, de DiagnoCure inc. et de MDN Inc. Il est membre de l'Ordre des comptables agréés du Québec depuis 1965 et Fellow depuis 1986. M. Gobeil est titulaire d'une maîtrise en commerce et d'une maîtrise en comptabilité de l'Université de Sherbrooke. Il a également terminé le programme pour cadres supérieurs de la Harvard Business School.

Michael R. Lambert est chef de la direction financière de Le Groupe Forzani Itée depuis novembre 2008. Auparavant, depuis octobre 2006, M. Lambert était vice-président directeur et chef des services financiers de Chemin de fer Canadien Pacifique et, de 2003 jusqu'en octobre 2006, vice président exécutif de La Société Canadian Tire Limitée et président de Mark's Work Wearhouse Ltd., division de Canadian Tire. M. Lambert s'était joint à Mark's Work Wearhouse Ltd. à titre de chef de la direction financière en 1994. Canadian Tire a acquis Mark's Work Wearhouse en 2002. Au cours des quinze années précédentes, M. Lambert a occupé des postes financiers d'importance croissante auprès de grandes sociétés ouvertes canadiennes, notamment Les Compagnies Loblaw limitée, George Weston limitée et Southam Newspaper Group. M. Lambert est comptable agréé et est titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université de Windsor.

Anthony G. Miller a occupé un certain nombre de postes de cadre supérieur au sein d'agences de publicité aux États-Unis et au Canada pendant plus de trente ans. Jusqu'en janvier 2007, il était président du conseil honoraire de MacLaren McCann, société de communications commerciales. Auparavant, jusqu'en 2003, il était vice-président du conseil d'administration de McCann Ericson, World Group, entreprise de techniques de communications commerciales mondiale. M. Miller est un ancien président du conseil de l'Institut des communications et de la publicité (Canada) et du conseil de la section de l'Ontario de la Young Presidents Organization. M. Miller siège actuellement au conseil d'administration de CARE Canada.

Heather E.L. Munroe-Blum est professeure, principale et vice-chancelière de l'Université McGill depuis janvier 2003. Outre son poste de principale, elle est également professeure au Département d'épidémiologie et de biostatistique de la Faculté de médecine. Avant décembre 2002, M^{me} Munroe-Blum était administratrice, professeure et vice-présidente de Recherche et relations internationales à l'Université de Toronto. M^{me} Munroe-Blum est Officier de l'Ordre du Canada, Officier de l'Ordre national du Québec et membre spécialement élue de l'Académie des sciences de la Société royale du Canada. M^{me} Munroe-Blum est membre de la Commission trilatérale et du Conseil des sciences, de la technologie et de l'innovation du Canada. M^{me} Munroe-Blum siège au comité consultatif permanent de la recherche universitaire de l'Association des universités et collèges du Canada et au conseil de l'Association des universités et collèges du Canada, de l'Association of American Universities, de l'Hôpital général

juif Sir Mortimer B. Davis et de la Conférence de Montréal. Depuis décembre 2010, M^{me} Munroe-Blum est membre du conseil d'administration de l'Office d'investissement du régime de pensions du Canada. M^{me} Munroe Blum est titulaire d'un baccalauréat ès arts et d'un baccalauréat en travail social de l'Université McMaster, d'une maîtrise en travail social de l'Université Wilfrid Laurier et d'un doctorat en épidémiologie, avec distinction, de la University of North Carolina, Chapel Hill, ainsi que de nombreux doctorats honorifiques d'universités canadiennes et internationales.

Martin Nisenholtz est vice-président principal, Exploitation numérique de The New York Times Company depuis février 2005. Il est responsable du développement stratégique, de l'exploitation et de la gestion des biens numériques de The New York Times Company, dont About.com depuis février 2005. Auparavant, et depuis 1999, M. Nisenholtz a été chef de la direction de New York Times Digital. En juin 2001, M. Nisenholtz a fondé la Online Publishers Association (OPA), association de l'industrie représentant les intérêts d'éditeurs en ligne de qualité. Il siège au conseil d'administration du Ad Council, de la Leukemia & Lymphoma Society et de l'Interactive Advertising Bureau (IAB). M. Nisenholtz est titulaire d'un baccalauréat en psychologie de l'Université de Pennsylvanie et d'un diplôme d'études supérieures de la Annenberg School of Communication de l'Université de Pennsylvanie.

Michael E. Roach est président et chef de la direction du Groupe CGI inc. (« CGI ») depuis janvier 2006. Avant sa nomination à ce titre, il était président et chef de l'exploitation de CGI. M. Roach s'est joint à CGI en juillet 1998 à titre de vice-président exécutif et directeur général, Systèmes et services d'information en télécommunication après une carrière remarquable auprès d'une importante compagnie de télécommunication, où il a occupé divers postes de direction. Il est également administrateur du Conference Board of Canada et du U.S. Conference Board, et est membre du Conseil canadien des chefs d'entreprise. M. Roach est titulaire d'un baccalauréat en économie et en sciences politiques ainsi qu'un doctorat honorifique en administration des affaires de l'Université Laurentienne.

J. Heidi Roizen est chef de la direction de Skinny Little Things, LLC, société qu'elle a fondée en 2008. Auparavant, Mme Roizen a occupé des postes de haute direction auprès de diverses sociétés du secteur des technologies, notamment celui de directrice générale de Mobius Venture Capital (Softbank Venture Capital), un fonds industriel technologique, de 1999 à 2007, vice présidente des relations mondiales avec les développeurs d'Apple Computer de 1996 à 1997, et chef de la direction de T/Maker Company, société de logiciels pour ordinateur personnel qu'elle a cofondée, de 1983 à 1996. Mme Roizen a été nommée dans le palmarès de 2008 des 50 principales femmes du secteur des technologies du magazine Corporate Board Member. Mme Roizen siège actuellement au conseil d'administration de TiVo Inc., en tant que membre du conseil consultatif du National Center for Women in Information Technology et de Springboard Enterprises, et en tant que co-présidente de la Stanford Graduate School of Business Women on Boards Initiative, un comité du Women's Initiative Network. Mme Roizen est titulaire d'un baccalauréat ès arts en anglais et d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université Stanford.

Stuart H. B. Smith est président du conseil d'EPIC Realty Partners Inc. depuis septembre 2005. En décembre 2003, il a pris sa retraite après avoir été président et chef de la direction du Groupe immobilier Oxford inc., un des plus importants propriétaires et gestionnaires immobiliers au Canada, où il avait occupé des postes d'importance croissante depuis 1989. M. Smith a plus de trente ans d'expérience à titre de dirigeant et d'administrateur de sociétés; il siège actuellement au conseil d'administration de la Fondation Internationale des Bourses, du Altus Group Limited et du Hospital for Sick Children (SickKids). M. Smith a récemment siégé au Conseil de l'innovation de l'Institut Canadien des Comptables Agréés. M. Smith est comptable agréé. Il est titulaire d'un baccalauréat en économie de l'Université Western Ontario.

Comités

Le conseil d'administration de Yellow Média inc. est doté d'un comité de vérification, d'un comité des ressources humaines et de la rémunération et d'un comité de gouvernance d'entreprise et de nomination.

Dirigeants

Le tableau suivant présente, pour chaque dirigeant actuel de YPG et de Trader, son nom, sa province de résidence, ses fonctions au sein de YPG ou de Trader, le nombre d'actions ordinaires et d'actions avec restrictions de Yellow Média inc. dont il avait la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, en date du 31 décembre 2010.

Nom et province de résidence	Poste et principales fonctions	Nombre d'actions ordinaires en propriété véritable	Nombre d'actions avec restrictions en propriété véritable
Marc P. Tellier Québec (Canada)	Président et chef de la direction, YPG	297 930	1 476 236
Christian M. Paupe Québec (Canada)	Vice-président exécutif, Services corporatifs et chef de la direction financière, YPG	353 000	619 765
Douglas A. Clarke Ontario (Canada)	Président, Société Trader Corporation Premier vice-président, Ventes, YPG	8 265	220 500
Stéphane Marceau Québec (Canada)	Chef de la direction Marketing, YPG	7 088	210 026
François. D. Ramsay Québec (Canada)	Premier vice-président — Conseiller juridique principal et secrétaire, YPG	71 710	219 515
Josée Dubuc Québec (Canada)	Chef de la gestion des talents, YPG	96 296	175 703
Ginette Maillé Québec (Canada)	Chef de la comptabilité financière, YPG	33 001	169 341
Jamie Blundell Ontario (Canada)	Vice-président, Exploitation, Trader	4 894	99 679
Catherine Caplice Ontario (Canada)	Vice-présidente, Solutions aux annonceurs, YPG	Néant	64 743
Nicolas Gaudreau Québec (Canada)	Vice-président, Médias numériques, YPG	2 083	100 568
Jeff Knisley Ontario (Canada)	Vice-président, Ventes, Colombie-Britannique et Alberta, YPG	Néant	109 319
Jacky Hill Ontario (Canada)	Vice-présidente, Immobilier (marché national), Trader	3 732	4 331
Patrick Lauzon Québec (Canada)	Vice-président et directeur général, Marchés nationaux, YPG	4 076	62 077
Lise Lavoie Québec (Canada)	Vice-présidente, Ventes, Québec et Canada atlantique, YPG	11 811	89 680
Chris Long Ontario (Canada)	Vice-président, Ventes, Région centrale, YPG	Néant	23 122
Mark O'Brien Ontario (Canada)	Vice-président, Ventes (Canada) Trader	Néant	50 730
Barbara E. Oberleitner Québec (Canada)	Vice-présidente et trésorière, YPG	10 297	92 630
Stephen Port Québec (Canada)	Vice-président — Rendement de l'entreprise, YPG	10 935	141 929
Yvan Proteau Québec (Canada)	Chef de l'information, YPG	73 955	134 873

Nom et province de résidence	Poste et principales fonctions	Nombre d'actions ordinaires en propriété véritable	Nombre d'actions avec restrictions en propriété véritable
D. Lorne Richmond Ontario (Canada)	Vice-président — Chaîne d'approvisionnement et logistique, YPG Président – Canpages	76 373	134 873
Greg Shearer Pennsylvanie (États-Unis)	Vice-président — Solutions d'affaires, Yellow Pages Group, LLC	Néant	97 529
Tracy Smith Québec (Canada)	Vice-président, Marketing de performance, YPG	2 334	71 278
Normand Théberge Québec (Canada)	Vice-président, développement des affaires, YPG, Vice-président Marketing, Trader	367	93 182
Edward D. Valentine Pennsylvanie (États-Unis)	Vice-président — Publications, Yellow Pages Group, LLC	6 260	97 529
Dominique Vallée Québec (Canada)	Vice-présidente, Ventes, Groupe Avantage et initiatives de centres d'appels, YPG	5 673	51 579
Daniel Verret Québec (Canada)	Vice-président et contrôleur corporatif, YPG	34 355	94 340

Fonctions précédentes

Tous les dirigeants de la Société ont occupé leurs postes présents ou d'autres postes de direction auprès de la Société au moins au cours des cinq dernières années, à l'exception de ce qui suit :

Dirigeants	Fonctions précédentes
Catherine Caplice	Directrice du Marketing, Solutions publicitaires de YPG de 2009 à juin 2010 Directrice, Développement de l'entreprise de YPG de 2008 à 2009 Directrice, Marketing de YPG de 2005 à 2008
Douglas A. Clarke	Président de Trader depuis 2006 Directeur, Ventes, Affaires générales, Ontario de YPG de 2002 à 2006
Nicolas Gaudreau	Vice-président, directeur général de Nurun de 2008 à 2009 Vice-président, Marketing interactif de Bell Canada de 2007 à 2008 Vice-président, Marketing (Québec) de Bell Canada de 2006 à 2007 Vice-président, Gestion de produits marketing de Bell Canada avant 2006
Jeff Knisley	Directeur général des ventes, Centre du Canada et des États-Unis de Trader de 2007 à janvier 2010 Vice-président, Ventes, Développement des affaires, Service marchandises et Solutions relatives à la frontière nord pour UPS Supply Chain Solutions avant 2006
Jacky Hill	Éditrice du groupe immobilier de Trader Media Corporation de 1990 à 2007
Patrick Lauzon	Vice-président exécutif, Initiatives en ligne et relatives aux nouveaux médias de Sun Media de 2008 à janvier 2010 Vice-président exécutif de Canoe Inc. de 2006 à janvier 2010 Vice-président, Ventes et développement des affaires de Sympatico/MSN avant 2006
Lise Lavoie	Directrice générale, Signature de YPG de 2002 à 2009

Dirigeants	Fonctions précédentes
Chris Long	Haut dirigeant de METCO Networks de 2009 à 2010 Vice-président, Ventes, Centre du Canada de MTS Allstream de 2004 à 2009
Stéphane Marceau	Chef du Marketing de YPG depuis 2009 Président et chef de la direction de Theralive Inc. de 2008 à 2009 Président d'IPEXA Development Inc. en 2008 Président et chef de la direction de Mobivox Corporation de 2005 à 2008
Mark J. O'Brien	Directeur des ventes, Ontario de Trader de 2007 à décembre 2010 Directeur des ventes de Courrier Purolator Ltée de 2002 à 2007
Barbara E. Oberleitner	Chef de la conformité de YPG de 2006 à 2009 Directrice, Fiscalité de YPG de 2005 à 2006 Conseillère en fiscalité principale de YPG de 2004 à 2005
Stephen Port	Directeur, Planification de l'entreprise de YPG de 2002 à 2007
Greg Shearer	Vice-président, Ventes de Volt Directory Systems/Services de 1976 à 2008
Tracy Smith	Principal associé d'IDEO Consulting de 2004 à 2009
Normand Théberge	Directeur, Développement des affaires de YPG de 2003 à 2009
Edward D. Valentine	Vice-président des annuaires, Volt Information Sciences, Inc. avant 2008
Dominique Vallée	Directrice générale, Opérations de YPG de 2005 à juin 2010
Daniel Verret	Directeur général, Finances et contrôleur corporatif de YPG de 2003 à 2009

Participations dans la Société

En date du 31 décembre 2010, les administrateurs et dirigeants de la Société, en tant que groupe, avaient la propriété véritable ou le contrôle, directement ou indirectement, de 1 555 569 actions ordinaires de la Société, ce qui représente environ 0,30 % des actions ordinaires de la Société en circulation.

Interdictions d'opérations, faillites, pénalités ou sanctions

À la connaissance de la Société : a) aucun administrateur ni aucun haut dirigeant de la Société n'est, à la date de la présente notice annuelle, ni n'a été, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, administrateur, chef de la direction ou chef des services financiers d'une société qui, pendant qu'il occupait cette fonction : (i) a fait l'objet d'une interdiction d'opération ou d'une ordonnance semblable ou s'est vu refusé le droit de se prévaloir de toute dispense prévue par la législation en valeurs mobilières en vigueur pendant plus de 30 jours consécutifs; (ii) a, après la cessation de ses fonctions, fait l'objet d'une interdiction d'opération d'une ordonnance semblable ou s'est vu refusé le droit de se prévaloir de toute dispense prévue par la législation en valeurs mobilières en vigueur pendant plus de 30 jours consécutifs en raison d'un événement survenu pendant qu'il exerçait cette fonction; b) aucun administrateur, aucun haut dirigeant de la Société ni aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres de la Société pour avoir une incidence importante sur le contrôle de la Société n'est, à la date de la présente notice annuelle, ni n'a été, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, administrateur ou haut dirigeant d'une société qui, à l'époque où cette personne agissait à ce titre, ou dans l'année suivant le moment où elle a cessé d'agir à ce titre, a fait faillite, a fait une proposition concordataire en vertu d'une loi sur la faillite ou l'insolvabilité, a été poursuivie par ses créanciers, a conclu un concordat avec eux, a pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat avec eux ni ne s'est vue nommer un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite pour détenir ses biens; c) aucun administrateur, aucun haut dirigeant de la Société ni aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres de la Société pour avoir une incidence importante sur le contrôle de la Société, au cours des dix (10) années précédant la date de la présente notice annuelle, n'a fait faillite, n'a fait de proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou

l'insolvabilité ou n'a été poursuivi par ses créanciers, n'a conclu un concordat avec eux, n'a pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat avec eux ni ne s'est vu nommer un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite pour détenir ses biens, à l'exception de ce qui suit :

- Avant le 23 avril 2002, Michael T. Boychuk était chef de la direction financière de Téléglobe Inc. et administrateur ou chef de la direction de diverses filiales en propriété exclusive de celle-ci. Téléglobe Inc. a demandé la protection du tribunal en vertu des lois sur l'insolvabilité le 15 mai 2002, et certaines de ses diverses filiales en propriété exclusive ont demandé la protection du tribunal en vertu des lois sur l'insolvabilité le 28 mai 2002.

- Paul Gobeil a siégé jusqu'au 12 novembre 2001 au conseil d'administration de BridgePoint International inc. et de sa filiale en propriété exclusive BridgePoint International (Canada) inc., alors que BridgePoint International (Canada) inc. a déposé, le 25 janvier 2002, une proposition concordataire auprès de ses créanciers. Le 31 janvier 2002, la TSX a suspendu les opérations sur les actions de BridgePoint International (Canada) inc. pour défaut de remplir les exigences liées au maintien de l'inscription de la TSX. Les actions de BridgePoint International (Canada) inc. ont été radiées de la cote de la TSX à la fermeture des bureaux le 31 janvier 2003.

Conflits d'intérêts

Aucun administrateur, haut dirigeant de Yellow Média inc. ou autre initié de Yellow Média inc., ni aucune personne liée à ces personnes ou membre du même groupe qu'elles ne se trouvent en situation de conflit d'intérêts réel ou potentiel important avec la Société ou une de ses filiales.

INFORMATION SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION

Le texte qui suit est fourni conformément à l'Annexe 52-110A1 du *Règlement 52-110 sur le comité de vérification* (le « Règlement 52-110 »).

Charte du comité de vérification

La charte du comité de vérification est jointe à l'annexe A de la présente notice annuelle.

Composition du comité de vérification

Au cours de l'exercice 2010, le comité de vérification était composé de : Stuart H.B. Smith (président), Michael Boychuk, Paul Gobeil, Anthony Miller et Martin Nisenholtz. Tous les membres du comité sont considérés « indépendants » et comme ayant des « compétences financières » au sens du Règlement 52-110.

Formation et expérience pertinentes

Chaque membre du comité de vérification a des compétences financières, c.-à-d. qu'il est en mesure de lire et de comprendre des états financiers. Collectivement, le comité de vérification compte la formation et l'expérience nécessaires pour accomplir les responsabilités énumérées dans la charte du comité de vérification. En plus de leur expérience générale en affaires, les membres du comité de vérification ont la formation et l'expérience passée pertinentes dans l'exercice de leurs responsabilités à titre de membre du comité de vérification qui sont présentées dans la notice biographique de chaque administrateur. Voir « Administrateurs et dirigeants de Yellow Média inc. – Administrateurs - Biographies ».

Encadrement du comité de vérification

Depuis le début de l'exercice qui s'est terminé le 31 décembre 2010, toutes les recommandations du comité de vérification visant la nomination ou la rémunération d'un vérificateur externe ont été adoptées par le conseil des fiduciaires du Fonds ou, depuis le 1^{er} novembre 2010, par le conseil d'administration de la Société.

Principaux vérificateurs

Au cours des exercices 2010 et 2009, la Société a retenu les services de Deloitte & Touche s.r.l. (« D&T ») à titre de principaux vérificateurs.

Politiques d'approbation

Le comité de vérification de Yellow Média inc. a adopté une politique visant les services non liés à la vérification exécutés par D&T. D&T fournit des services de vérification à Yellow Média inc. et est également autorisé à fournir des services précis afférents à la vérification et des services liés à la fiscalité. Par ailleurs, D&T peut fournir d'autres services, sous réserve, toutefois, de leur autorisation préalable par le président du comité de vérification et de la confirmation de son mandat par le comité de vérification lors de l'assemblée suivante. Cette politique interdit à D&T de fournir certains services, de manière à maintenir l'indépendance du cabinet.

Honoraires du vérificateur externe (par catégorie)

Le tableau suivant présente un sommaire des honoraires versés à D&T afin qu'il lui fournisse les services suivants, par catégorie, en contrepartie des honoraires approximatifs indiqués, pour les exercices terminés en 2010 et 2009 :

	2010	2009
	\$	\$
Honoraires de vérification	2 260 000	2 490 000
Honoraires pour services liés à la vérification	440 000	235 000
Honoraires pour services fiscaux	1 332 000	712 000
Autres honoraires	---	25 000
TOTAL	4 032 000	3 462 000

Honoraires de vérification. Ce sont les honoraires versés relativement à la vérification des états financiers consolidés annuels de la Société et à l'examen de ses états financiers trimestriels. Ce sont aussi les honoraires pour les services qu'un vérificateur indépendant fournirait habituellement dans le cadre d'obligations prévues par la loi, de documents à déposer en vertu de règlements et d'engagements semblables au cours de l'exercice, comme les lettres d'accord, les consentements et les services d'aide pour l'examen de documents déposés auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières.

Honoraires pour services liés à la vérification. Des honoraires pour services liés à la vérification ont été versés en contrepartie de services de certification et autres fournis par D & T. Ces honoraires ne sont pas compris dans les honoraires de vérification susmentionnés. Ils concernent des services non exigés par la législation ou la réglementation, essentiellement des services de consultation à propos des normes comptables et de communication de l'information financière, la vérification du régime de pension des employés et d'autres missions particulières approuvées par le comité de vérification.

Honoraires pour services fiscaux. Ce sont généralement les honoraires pour les services rendus en matière (i) de conformité fiscale; (ii) de conseils fiscaux et de planification fiscale. Ils comprennent l'examen des déclarations d'impôt, les services d'aide pour les vérifications fiscales, la structure du capital, les opérations d'entreprise, les contrôles préalables relatifs aux acquisitions et d'autres mandats spéciaux approuvés par le comité de vérification.

Autres honoraires. Ces montants représentent les honoraires versés pour l'examen des politiques relatives aux valeurs mobilières.

Le comité de vérification a établi que les services non liés à la vérification que fournit D & T ne nuisent pas à son indépendance en tant que vérificateur.

INTÉRÊT DES EXPERTS

D&T est le vérificateur indépendant de Yellow Média inc. Nous avons été avisés qu'en date des présentes, les membres de D&T sont indépendants de Yellow Média inc., conformément aux règles du code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés du Québec.

MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES

À la connaissance de Yellow Média inc., aucun des administrateurs, hauts dirigeants ou autres initiés, selon le cas, de : (i) Yellow Média inc.; (ii) aucune personne ayant des liens avec Yellow Média inc. ni aucun membre de son groupe n'a ou n'a eu d'intérêts importants, directs ou indirects, dans des opérations au cours des trois derniers exercices ou au cours de l'exercice en cours ou dans une opération envisagée qui a eu ou aura une incidence importante sur Yellow Média inc. ou ses filiales.

CONTRATS IMPORTANTS

À l'exception des contrats conclus dans le cours normal des affaires de Yellow Média inc., les contrats importants conclus par Yellow Média inc., au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2010, ou encore en vigueur, sont les suivants :

- les conventions de crédit relatives à la facilité renouvelable et à la facilité non renouvelable (voir « Activités de la Société – Financement par emprunt – Facilités de crédit et programme de papier commercial »);
- l'acte de fiducie qui régit le programme de BMT (voir « Activités de la Société - Financement par emprunt - Programme de BMT »);
- le premier acte de fiducie complémentaire régissant le programme BMT (voir Activités de la Société - Financement par emprunt - Programme de BMT »);
- l'acte de fiducie qui régit les débentures convertibles (voir « Activités de la Société – Financement par emprunt – Débentures subordonnées non garanties échangeables »);
- le premier acte de fiducie complémentaire qui régit les débentures convertibles (voir « Activités de la Société - Financement par emprunt - Débentures subordonnées non garanties échangeables »);
- la convention d'arrangement portant sur la conversion de la structure de fiducie du revenu du Fonds en structure de société par actions (voir « Description de Yellow Média inc. - Conversion du Fonds en la Société »).

AUTRES RENSEIGNEMENTS

On peut trouver des renseignements supplémentaires relatifs à Yellow Média inc. sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

D'autres renseignements, concernant notamment la rémunération des administrateurs et des dirigeants et les prêts qui leur ont été consentis, les principaux porteurs des titres de Yellow Média inc. et les titres autorisés à être émis aux termes de régimes d'actionariat figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations de la Société visant sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires de Yellow Média inc. On peut également trouver d'autres renseignements dans les états financiers et dans le rapport de gestion de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2010.

Yellow Média inc. fournira les documents suivants à toute personne physique ou morale qui en fera la demande auprès du secrétaire de la Société, 16, Place du Commerce, Île des Sœurs, Verdun (Québec) H3E 2A5 :

- a) lorsque la Société procède au placement de ses titres par voie de prospectus simplifié ou qu'elle dépose un prospectus simplifié provisoire en vue du placement de ses titres :
- i. un exemplaire de sa plus récente notice annuelle, de même qu'un exemplaire de tout document, ou des pages pertinentes de tout document, intégrés par renvoi aux présentes;
 - ii. un exemplaire de ses états financiers consolidés pour le plus récent exercice terminé pour lequel des états financiers ont été déposés, de même qu'un rapport des vérificateurs s'y rapportant, et un exemplaire de tous les états financiers intérimaires de la Société pour toute période postérieure à son plus récent exercice terminé;
 - iii. un exemplaire de la circulaire de sollicitation de procurations de la Société relative à sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires où ont été élus des administrateurs ou un exemplaire de tout document déposé annuellement qui tient lieu de circulaire de sollicitation de procurations, au besoin;
 - iv. un exemplaire de tout autre document intégré par renvoi au prospectus simplifié provisoire ou au prospectus simplifié et que le Fonds n'est pas tenu de fournir aux termes des alinéas (i) à (iv) ci-dessus;
- b) à tout autre moment, la Société fournira à toute personne physique ou morale un exemplaire de tout autre document auquel il est fait renvoi aux alinéas a)(i), (ii) et (iii) ci-dessus, étant entendu que la Société peut exiger le paiement de frais raisonnables si la demande provient d'une personne physique ou morale qui n'est pas un porteur de titres de la Société.

ANNEXE A

CHARTRE DU COMITÉ DE VÉRIFICATION (le « comité »)

DU CONSEIL D'ADMINISTRATION de YELLOW MÉDIA INC.

AUTORITÉ

La responsabilité principale des contrôles et procédures de communication de l'information financière, des systèmes comptables et des contrôles internes sur l'information financière de Yellow Média inc. (la « Société ») incombe à la haute direction et est surveillée par le conseil d'administration (le « conseil »). Le comité est un comité permanent du conseil établi en vue d'aider ce dernier à exercer ses responsabilités à cet égard.

Le comité a libre accès au personnel, aux documents et aux vérificateurs externes de la Société. Il disposera de toutes les ressources nécessaires à l'exercice de ses responsabilités. Dans l'exécution de son mandat, le comité étudiera, analysera et autorisera les activités de la Société comme il le jugera nécessaire. Pour l'aider dans l'exécution de ses fonctions, le comité peut retenir les services de conseillers externes aux frais de la Société. Il fixe et fait verser la rémunération de ces conseillers.

Aucune disposition de la présente charte n'a pour objet d'augmenter la norme de responsabilité applicable à un administrateur de la Société ou à un membre du comité en vertu de la loi et des règlements. Malgré son mandat précis, le comité n'est pas obligé d'agir à titre de vérificateur, d'effectuer des vérifications, ni de déterminer si les états financiers de la Société sont complets et exacts.

Les membres du comité sont fondés à se fier, sauf indication contraire : (i) à l'intégrité des personnes et organismes qui leur fournissent des renseignements, (ii) à l'exactitude et à l'exhaustivité des renseignements fournis et (iii) aux déclarations de la direction quant aux services non liés à la vérification fournis à la Société par les vérificateurs externes. Les responsabilités de surveillance du comité ne sont pas établies pour que soit déterminé de manière indépendante (i) que la direction a appliqué des principes appropriés en matière de comptabilité et de communication de l'information financière ou qu'elle a employé une procédure ou des mécanismes de contrôle interne appropriés ou (ii) que les états financiers de la Société ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus et, s'il y a lieu, qu'ils ont été vérifiés conformément aux normes comptables généralement reconnues.

STRUCTURE

1. Conformément au Règlement 52-110 sur le comité de vérification, dans sa version éventuellement modifiée ou remplacée (le « Règlement 52-110 »), le comité est composé d'au moins trois administrateurs de la Société, qui sont tous (sauf dans la mesure permise par le Règlement 52-110) indépendants (au sens du Règlement 52-110). Les membres qui ne sont plus indépendants cessent automatiquement de siéger au comité.
2. Chaque membre (sauf dans la mesure permise par le Règlement 52-110) doit avoir des compétences financières (que le Règlement 52-110 définit comme étant la capacité de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparable, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées lors de la lecture des états financiers de la Société).
3. Aucun membre du comité ne peut siéger au comité de vérification de plus de trois sociétés ouvertes, y compris la Société, sauf si le conseil détermine que ces mandats simultanés ne nuisent pas à la capacité du membre de siéger de façon efficace au comité.
4. Aucun membre du comité n'est payé à titre personnel pour siéger au comité. Chacun touche uniquement une rémunération en qualité d'administrateur de la Société, notamment une rémunération raisonnable en qualité de

membre du comité et les avantages habituels que reçoivent les autres administrateurs dans le cadre de leurs fonctions.

5. Le président du comité (le « président ») et ses membres sont nommés et destitués par voie de résolution du conseil, sur la recommandation du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination, et demeurent en poste à compter de leur nomination jusqu'à l'assemblée générale annuelle des actionnaires suivante ou jusqu'à la nomination de leur successeur. Le président du comité doit être choisi parmi les membres du comité. Le secrétaire de la Société est le secrétaire du comité. Les membres du comité peuvent être reconduits dans leurs fonctions à la fin de leurs mandats.
6. Une vacance au comité est pourvue par voie de résolution du conseil, sur la recommandation du comité de gouvernance d'entreprise et de nomination, conformément aux conditions de son mandat
7. Le président du comité assume les responsabilités suivantes :
 - 7.1. présider les réunions du comité;
 - 7.2. s'assurer que le comité est efficace et que ses membres travaillent en équipe de façon efficace et productive;
 - 7.3. s'assurer que le comité dispose du soutien administratif nécessaire pour effectuer son travail et remplir ses fonctions;
 - 7.4. assurer la liaison entre le comité et le conseil.
8. En cas d'incapacité d'agir du président ou du secrétaire du comité, selon le cas, le comité choisit un remplaçant parmi ses membres, qui agira à titre de président ou de secrétaire, selon le cas, uniquement à cette réunion.
9. Le comité se réunit une fois par trimestre ou plus souvent au besoin. Tout membre du comité, le président, le chef de la direction ou le chef de la direction financière de la Société peut convoquer une réunion. Les réunions peuvent être tenues au téléphone ou par tout moyen de communication qui permet aux participants de communiquer entre eux de façon simultanée.
10. À chaque réunion trimestrielle, le comité se réunit en privé à huis clos avec : (i) la direction; (ii) le vérificateur interne; (iii) les vérificateurs externes; (iv) d'autres membres du personnel ou conseillers externes, au besoin. À toute autre réunion, le comité tient une séance à huis clos.
11. Les dirigeants peuvent être invités à participer aux réunions du comité et à ses débats.
12. Le quorum aux réunions du comité est constitué par la majorité des membres. Les décisions et les recommandations du comité doivent être approuvées à la majorité des voix exprimées par les membres présents à la réunion. Chaque membre, même le président du comité, a droit à une voix. Le président n'a pas de voix prépondérante.
13. Les dispositions des statuts constitutifs et des règlements administratifs de la Société qui régissent les réunions du comité.
14. Le président du comité approuve l'ordre du jour des réunions et veille à ce que les documents à l'appui soient préparés en bonne et due forme et envoyés aux membres du comité assez à l'avance pour leur permettre de les étudier avant la réunion.
15. Le procès-verbal des réunions du comité rend compte avec précision des discussions et décisions importantes du comité, notamment des recommandations que le comité doit présenter au conseil. Il est distribué aux membres du comité, à tous les administrateurs de la Société, au chef de la direction et au chef de la direction financière de la Société ainsi qu'aux vérificateurs externes.

RESPONSABILITÉS

Le comité s'acquitte des tâches prévues dans la présente charte et des autres tâches qui peuvent se révéler nécessaires ou utiles selon les lois ou règles des bourses applicables ou qui peuvent lui être déléguées par le conseil.

Information financière annuelle

1. Examiner les états financiers annuels vérifiés et consolidés de la Société et les notes qui les accompagnent ainsi que le rapport des vérificateurs externes, le rapport de gestion et le communiqué qui les concernent. Recommander leur approbation au conseil avant leur divulgation au public, après avoir consulté la direction et les vérificateurs externes et fait enquête sur des questions comme la sélection des conventions comptables, les choix comptables importants, les comptes de régularisation et les estimations. Le comité demandera à la direction de confirmer que ces états ou renseignements financiers, ainsi que les autres renseignements financiers qui figurent dans les documents annuels déposés par la Société, présentent fidèlement à tous égards importants la situation financière, les résultats d'exploitation et les flux de trésorerie de la Société à la date et pour les périodes pertinentes.
2. Examiner avec la direction et les vérificateurs externes les conventions comptables et les changements importants qu'il est proposé d'y apporter et d'apporter aux politiques ou règlements sur les valeurs mobilières, notamment quant aux méthodes et conventions cruciales, aux autres manières de traiter l'information financière qui ont été discutées avec la direction, aux conséquences de leur utilisation, aux préférences des vérificateurs externes et à toute autre communication importante avec la direction à ces égards. Étudier la communication et l'incidence des éventualités et le caractère raisonnable des provisions, réserves et estimations qui pourraient avoir une incidence importante sur la communication de l'information financière.
3. Examiner la planification et les résultats de la vérification menée par les vérificateurs externes, notamment :
 - 3.1. la lettre de mission des vérificateurs;
 - 3.2. la portée de la vérification, y compris quant à l'importance relative, aux rapports de vérification requis, aux risque de mission, aux échéanciers et aux dates limites;
 - 3.3. la lettre des recommandations adressée à la direction après la mission, le cas échéant, et la réponse de la direction à cette lettre;
 - 3.4. la forme du rapport de vérification.

États financiers intermédiaires

À l'occasion des réunions ordinaires du conseil, les responsabilités suivantes incombent au comité :

1. Examiner les états financiers trimestriels consolidés de la Société, les notes qui l'accompagnent, le rapport de gestion et les communiqués de presse connexes. Recommander leur approbation au conseil avant leur divulgation au public, après s'être renseigné à propos de la préparation de ces états auprès de la direction et des vérificateurs externes. Le comité demandera à la direction de confirmer que ces états ou renseignements financiers, ainsi que les autres renseignements financiers qui figurent dans les documents intermédiaires déposés par la Société, présentent fidèlement à tous égards importants la situation financière, les résultats d'exploitation et les flux de trésorerie de la Société à la date et pour les périodes pertinentes.
2. Examiner le choix des nouvelles conventions comptables et les décisions importantes en comptabilité qui surviennent au cours du trimestre.

Vérificateurs externes

1. Approuver tous les services de vérification offerts par les vérificateurs externes chargés de dresser un rapport de vérification ou un document connexe.

2. Le comité a le pouvoir de communiquer directement avec les vérificateurs externes.
3. Superviser directement les vérificateurs externes et discuter avec eux de la qualité (et non pas seulement du caractère acceptable) des principes comptables de la Société, notamment : (i) toutes les politiques et pratiques de comptabilité essentielles qui sont utilisées; (ii) les autres façons de traiter l'information financière qui ont été abordées avec la direction, les conséquences de leur utilisation et le traitement privilégié par les vérificateurs externes; (iii) les autres communications écrites importantes entre la Société et les vérificateurs externes (y compris les désaccords entre les vérificateurs externes et la direction au sujet de l'information financière et la résolution de ces conflits).
4. Recommander les vérificateurs qui seront nommés par la Société et examiner leurs compétences, leur rendement et leur indépendance.
5. Établir la liste de services non liés à la vérification que peuvent fournir les vérificateurs externes et la liste des services non liés à la vérification qu'il leur est interdit d'exécuter. Tous les services non liés à la vérification doivent être approuvés préalablement par le comité ou, lorsque ce n'est pas possible ou pratique, par le président du comité, et le comité doit confirmer les mandats confiés à la première réunion suivante prévue.
6. Approuver le mode et le montant de la rémunération des vérificateurs externes. En faire la recommandation au conseil.
7. S'assurer que les vérificateurs externes aient toujours à rendre compte directement au comité et au conseil.
8. Examiner, au moins une fois par année, les compétences, le rendement et l'indépendance des vérificateurs externes. Pour ce faire, le comité devrait procéder comme suit :
 - 8.1. obtenir et examiner (sous réserve des questions de confidentialité) un rapport des vérificateurs externes de la Société décrivant (i) les mécanismes internes de contrôle de la qualité employés par les vérificateurs externes; (ii) les questions importantes soulevées lors du dernier examen interne des mécanismes de contrôle de la qualité des vérificateurs externes ou du dernier examen des vérificateurs externes réalisé par des pairs, ou soulevées par une enquête des autorités gouvernementales ou d'un ordre professionnel au cours des cinq années antérieures à propos d'une vérification indépendante menée par les vérificateurs externes, et toutes les mesures prises pour régler ces questions; (iii) les renseignements permettant d'évaluer tous les liens entre les vérificateurs externes et la direction ou les employés de la Société, afin d'évaluer l'indépendance des vérificateurs;
 - 8.2. s'assurer que l'associé responsable de la mission de vérification change au moins tous les cinq ans;
 - 8.3. confirmer auprès de tout vérificateur externe indépendant dont les services ont été retenus pour un exercice donné que l'associé responsable de l'exécution ou de la coordination de la mission de vérification (à qui incombe principalement la responsabilité de la vérification) ou que l'associé responsable de l'examen de la vérification n'a pas vérifié la Société pendant une période couvrant plus que les cinq derniers exercices de la Société.
9. Établir des politiques d'embauche claires concernant les associés, employés et anciens associés et employés des vérificateurs externes de la Société, et les examiner au besoin. Aucun cabinet d'experts-comptables ne peut fournir de services de vérification à la Société si le chef de la direction, chef de la direction financière, chef de la comptabilité, contrôleur ou dirigeant occupant un poste équivalent était employé par ce cabinet et a participé à la vérification de la Société au cours de l'année précédant le début de la vérification en cours.
10. Examiner avec les vérificateurs externes les problèmes ou difficultés de vérification et la réponse donnée par la direction. Résoudre tout désaccord entre la direction et les vérificateurs externes quant à la communication de l'information financière.

Autres données financières publiques

1. Examiner les données financières contenues dans la notice annuelle, le rapport annuel, la circulaire de sollicitation de procurations de la direction, les prospectus, communiqués et autres documents comprenant des données financières semblables et recommander leur approbation au conseil avant leur communication au public ou leur dépôt auprès des autorités en valeurs mobilières canadiennes ou autres autorités en valeurs mobilières compétentes.
2. S'assurer de la validité des mécanismes visant à garantir la fiabilité des autres documents publics d'information comprenant des données financières vérifiées et non vérifiées en consultant la direction à ce sujet.
3. Mettre en œuvre des procédures adéquates de publication de l'information financière tirée des états financiers et évaluer périodiquement la pertinence de ces procédures.

Systèmes d'information de gestion et contrôles internes

1. Vérifier, surveiller et évaluer la fiabilité, la qualité et l'intégrité des systèmes d'information de gestion et des contrôles internes de la Société, en consultant la direction et en prenant connaissance des rapports de la direction et des vérificateurs internes et externes à ce sujet.
2. Examiner le processus relatif à l'attestation périodique par le chef de la direction et le chef de la direction financière de la Société à l'égard de l'information financière, de l'existence d'erreurs importantes dans la conception ou de l'opération des contrôles internes qui pourraient avoir une incidence défavorable sur la capacité de comptabiliser, de traiter, de résumer et de communiquer des données financières ainsi que les changements importants dans les contrôles internes ou les changements à l'environnement dans lequel ils sont effectués, y compris les corrections d'erreurs et de faiblesses importantes.
3. Demander l'exécution d'une mission précise ou d'un examen particulier (p. ex. concernant le respect des politiques en matière de conflits d'intérêts).
4. Examiner au besoin l'incidence d'une intervention réglementaire ou comptable, ou de toute autre opération, qui pourrait avoir un effet ou par ailleurs une incidence importante sur la structure financière ou organisationnelle de la Société, notamment les éléments hors bilan.
5. Examiner toute lacune dans les mécanismes de contrôle révélée par les vérificateurs externes et les mesures prises par la direction à ce sujet.
6. Examiner au moins une fois par année les politiques d'évaluation et de gestion des risques de la Société, notamment les politiques de couverture par la réalisation d'opérations sur dérivés, et veiller à ce que des mesures raisonnables soient en place pour en assurer la surveillance.
7. Établir une procédure pour la réception, la conservation et le traitement des plaintes ou communications de préoccupations reçues par la Société concernant des questions de comptabilité, de contrôles comptables internes ou de vérification, et voir notamment à protéger la confidentialité des dénonciations anonymes d'employés préoccupés par des pratiques de comptabilité ou de vérification douteuses.

Vérificateur interne

1. Examiner la candidature et l'indépendance du vérificateur interne et approuver sa nomination.
2. Superviser les obligations, les responsabilités et le rendement du vérificateur interne.
3. Examiner et approuver le budget, la rémunération et les ressources du vérificateur interne.
4. Examiner les rapports rédigés par le vérificateur interne ainsi que le plan de vérification interne.

5. Examiner les recommandations importantes pertinentes que le vérificateur interne peut avoir présentées dans ses rapports au comité, en discuter avec la direction et recevoir les rapports de suivi sur les mesures prises en application des recommandations.
6. Le comité a le pouvoir de communiquer directement avec le vérificateur interne.

Rapports de conformité

1. Faire rapport au moins chaque année au conseil à l'égard de la supervision des questions suivantes et de la réception de certificats émanant de la direction qui en confirment le respect :
 - 1.1. les clauses restrictives des conventions de prêts;
 - 1.2. les retenues, déductions et paiements prescrits;
 - 1.3. les normes d'éthique commerciale;
 - 1.4. les lois, règles et règlements de toutes les commissions en valeurs mobilières canadiennes ou autres autorités de réglementation semblables, ainsi que les lois, règles et règlements régissant les bourses où les titres de la Société sont cotés ou émanant de ces bourses;
 - 1.5. les lois et règlements régissant l'exploitation de la Société.

Questions relatives aux retraites

1. Surveiller l'administration et le fonctionnement général du régime de retraite de Groupe Pages Jaunes Cie et du régime de retraite de la Société Trader Corporation (collectivement, les « régimes de retraite ») ainsi que du fonds connexe (le « Fonds ») pour le compte du conseil d'administration de Groupe Pages Jaunes Cie ou de la Société Trader Corporation (collectivement, le « conseil de la Société »), compte tenu des recommandations du comité de retraite, selon le cas.
2. Nommer les membres d'un comité de gestion (le « comité de retraite ») et déléguer au comité de retraite toutes les responsabilités qui, de l'avis du comité, touchent des questions de fonctionnement et concernent l'administration et l'investissement des régimes de retraite et du Fonds, y compris l'autorité sur les questions de fonctionnement visées par les conventions se rattachant aux régimes de retraite et au Fonds.
3. Examiner les modifications apportées aux régimes de retraite et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
4. Examiner annuellement les objectifs de financement des régimes de retraite et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
5. Examiner les évaluations actuarielles dressées par l'actuaire relativement aux régimes de retraite et au Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
6. Examiner les rapports du comité de retraite, y compris ceux concernant l'administration quotidienne des régimes de retraite et du Fonds, les procédures de supervision et de surveillance connexes (le « système de contrôle ») et l'investissement du Fonds, et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
7. Au moins chaque année, examiner la liste des politiques et procédures de placement (la « politique de placement ») du Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
8. Examiner tous les états financiers du Fonds et faire des recommandations au conseil de la Société à cet égard.

9. Examiner la structure de gouvernance des régimes de retraite et du Fonds et présenter des observations ou faire des recommandations au conseil de la Société.
10. Commenter ou recommander la nomination (y compris sa durée et les changements qui y sont apportés) ou la destitution d'une personne qui fournit des services relatifs aux régimes de retraite et au Fonds, notamment des agents d'administration des prestations, des agents de financement, l'actuaire, le vérificateur du Fonds, des gestionnaires de placement (y compris un changement à la répartition de l'actif géré par chacun de ces gestionnaires de placement) et tous les autres conseillers.
11. De façon périodique, selon ce que détermine le comité, obtenir du comité de retraite l'assurance (i) que les régimes de retraite et le Fonds sont administrés et investis conformément aux régimes de retraite, aux arrangements contractuels applicables, à la politique de placement applicable et aux lois applicables; et (ii) qu'on adhère au système de contrôle et qu'aucune violation importante n'a été constatée.
12. Faire rapport au conseil de la Société, au moins trimestriellement, à l'égard de l'administration des régimes de retraite et du Fonds et des activités du comité de retraite et du comité relatives aux régimes de retraite et du Fonds.

Autres responsabilités

1. Examiner le caractère adéquat de la couverture d'assurance.
2. Examiner le caractère adéquat du financement de la Société, notamment les modalités des ententes.
3. Superviser toute enquête sur les fraudes, les actes illégaux ou les conflits d'intérêts et la communication de mécanismes de déclaration de problèmes prévus dans la politique de déclaration de problèmes.
4. Discuter avec les conseillers juridiques de la Société de l'état des litiges ou réclamations en instance ou des risques de litige ou de réclamation et de la pertinence de les divulguer.
5. Examiner les opérations entre apparentés importantes.
6. Établir et réviser l'information publique relative au comité éventuellement exigée par le Règlement 52-110.

Rapports

1. Après chaque réunion, faire rapport au conseil, par l'entremise du président, des discussions et décisions importantes du comité. À cet égard, le procès-verbal des réunions du comité est distribué aux autres membres du conseil et mis à leur disposition.
2. Examiner et évaluer chaque année le mandat du comité et recommander d'éventuels changements au conseil. Le comité s'assure que des mécanismes en place permettent d'évaluer chaque année son rendement et son efficacité, conformément au processus mis sur pied par le comité de gouvernance d'entreprise et de nomination et approuvé par le conseil.

Approuvé par le conseil de la Société le 2 novembre 2010.