

Lettre aux actionnaires

Mon message aux actionnaires de cette année revêt un caractère tout particulier puisqu'il s'agit de mon dernier en tant que président du conseil. En septembre 2011, le conseil d'administration de Transcontinental inc. a en effet entériné ma décision de quitter mes fonctions lors de l'assemblée annuelle des actionnaires du 16 février 2012 et annoncé la nomination d'Isabelle Marcoux à sa présidence à compter de ce même jour. Pour ma part, je demeurerai administrateur.

Madame Marcoux a participé activement au développement de TC Transcontinental depuis son arrivée au sein de l'entreprise en 1997. Au moment de sa nomination, elle était vice-présidente du conseil depuis 2007 et vice-présidente au développement de la Société depuis 2004. À ce dernier titre, elle avait l'entière responsabilité de notre processus de planification stratégique. Il s'agit donc d'une transition structurée et ordonnée qui indique clairement notre volonté de poursuivre le développement de Transcontinental inc. dans un esprit à la fois de continuité et de saine évolution.



Une approche marketing toujours d'avant-garde

Pour percer le marché et durer, une entreprise a d'abord besoin d'une raison d'être qui la distingue de ses concurrents et la rend pertinente aux yeux de ses clients. Chez TC Transcontinental, nous nous sommes toujours définis comme un partenaire d'affaires dont la mission est d'aider les entreprises et les annonceurs à attirer, à joindre et à fidéliser leur public cible. Deux prémisses ont toujours orienté nos actions : faciliter la vie à nos clients et anticiper leurs nouveaux besoins de communication marketing auprès de leurs clientèles.

D'abord centrée sur le large éventail de produits imprimés, de masse ou ciblés, la distribution de porte en porte et la possibilité d'annoncer dans nos journaux et nos magazines, notre offre de service a graduellement intégré la personnalisation publicitaire grâce à l'analyse et à la gestion de bases de données, les solutions de marketing interactif comme la mobilité et les promotions numériques, ainsi que la création de contenus sur mesure. Cette profonde transformation s'est faite tout naturellement, dans l'esprit de notre objectif de permettre à nos clients de satisfaire les besoins émergents de leurs consommateurs cibles. Ainsi, aujourd'hui, nous nous retrouvons en relation d'affaires avec les plus grandes entreprises, en particulier celles œuvrant dans les secteurs de l'édition de livres, de magazines et de journaux, de la vente au détail, ou de la production de biens de consommation. Cette offre de service marketing intégré en évolution constante nous confère une position unique dans le marché.

Une formule gagnante

Lorsque j'ai fondé Transcontinental en 1976, je rêvais de créer une entreprise calquée sur des valeurs fortes. Investir dans TC Transcontinental, en être le client ou y travailler, c'est être associé à une entreprise qui met quotidiennement en pratique un ensemble de valeurs, dont le respect, l'innovation, la performance et le travail d'équipe. Grâce à ces valeurs, nous avons su, sur une longue période, demeurer pertinents pour nos clients. Pour ce faire, il a fallu nous adapter, anticiper les tendances, innover et nous transformer. Ces expériences fructueuses font partie de notre bagage génétique et elles sont une source d'inspiration pour l'avenir.

Pour nous donner les moyens de nos ambitions et assurer notre pérennité, j'ai aussi préconisé une gestion financière disciplinée reposant sur un équilibre prudent entre les profits, les dépenses, la dette et les investissements. Cette solidité financière nous a permis de continuer à investir de façon judicieuse dans le développement de nos activités d'impression, nos médias, nos plateformes numériques et nos solutions de marketing interactif.

Ces investissements sont aussi venus conforter et renouveler notre relation d'affaires avec nos nombreux clients. Ceux-ci apprécient notre capacité à les accompagner toujours efficacement dans leurs communications avec leurs clientèles par l'entremise de campagnes multiplateformes combinant les nouveaux médias, les outils de marketing interactif et les produits imprimés. Il n'est d'ailleurs pas étonnant de constater, à la lumière des plus récentes statistiques touchant les dépenses publicitaires au Canada*, que l'imprimé demeure l'instrument de communication privilégié. En présentant à nos clients

nos produits imprimés qui ont fait leurs preuves et nos solutions numériques et interactives avant-gardistes, nous leur proposons le meilleur des deux mondes. Ils peuvent ainsi maximiser le rendement de leurs investissements marketing tout en apprivoisant les nouveaux modes de communication. C'est dans cet esprit que nous entendons poursuivre notre transformation.

Un travail d'équipe

Le travail d'équipe et la qualité des collaborateurs dont on s'entoure sont la raison première de la réussite d'une entreprise. Des gens mobilisés, dévoués, et partageant la même culture d'amélioration continue et d'innovation. Cela a toujours été l'une de nos forces distinctives, d'abord avec mes associés du début, puis avec les dirigeants et l'ensemble des employés. J'aimerais donc aujourd'hui remercier de façon spéciale toutes ces personnes qui, au fil des 35 dernières années, ont contribué à notre succès.

J'en profite aussi pour réitérer ma plus totale confiance en notre équipe de direction actuelle, sous le leadership de François Olivier, ainsi qu'en nos quelque 10 000 employés totalement engagés à assurer le développement et la croissance de TC Transcontinental.

Ce travail d'équipe s'étend au conseil d'administration qui a bien rempli, au cours de toutes ces années, son rôle de veiller activement aux intérêts de l'ensemble de nos actionnaires. J'aimerais en remercier les membres passés et actuels. Je souligne l'arrivée en 2011 de deux nouveaux membres : Nathalie Marcoux, vice-présidente aux finances de Capinabel inc., et Anna Martini, présidente du Groupe Dynamite inc. Toutes deux, de par leurs excellentes compétences en gestion d'entreprise, nous font profiter de leur vision stratégique dans cette période de grandes transformations pour TC Transcontinental. Nous avons toujours été reconnus pour la qualité et l'indépendance de notre gouvernance et il ne fait aucun doute dans mon esprit que cela se poursuivra sous la présidence d'Isabelle Marcoux.

En terminant, j'aimerais également remercier nos clients, qu'ils soient entreprises, annonceurs ou consommateurs, et tous nos actionnaires pour leur fidélité. Je suis convaincu que notre industrie continuera à offrir d'excellentes occasions de développement et d'investissement pour TC Transcontinental au cours des prochaines années. Nous avons la bonne stratégie, la culture d'innovation, la solidité financière et les leaders pour réussir. Nous saurons continuer à relever les défis et à mériter la confiance de tous nos partenaires.

Le président exécutif du conseil et fondateur,



Rémi Marcoux
Le 23 décembre 2011

* Source : TVB Canada/TD Newcrest