

**FRANÇOIS OLIVIER DEVIENT PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION DE  
TRANSCONTINENTAL LORS D'UNE ASSEMBLÉE ANNUELLE  
PLACÉE SOUS LE SIGNE DE LA CROISSANCE**

Montréal, le 20 février 2008 – Comme annoncé en septembre dernier, c'est aujourd'hui que François Olivier devient officiellement le président et chef de la direction de Transcontinental à l'occasion de l'assemblée annuelle des actionnaires. Il remplace Luc Desjardins qui quitte l'entreprise après huit ans de loyaux et fructueux services.

Rémi Marcoux, fondateur et président exécutif du conseil de Transcontinental, a remercié Luc Desjardins pour sa contribution : « Luc a permis à Transcontinental de franchir une étape importante de son développement avec beaucoup de succès, a-t-il déclaré. Depuis 2000, notre performance d'exploitation constitue une réussite remarquable et je veux lui en rendre hommage aujourd'hui, au nom du conseil et en mon nom personnel. »

François Olivier s'est joint à Transcontinental en 1993 et a gravi les échelons un à un en dépassant les attentes à chaque étape. Il s'est particulièrement fait connaître au cours des dernières années en développant le modèle d'impartition des journaux à l'échelle nord-américaine, un segment d'avenir pour Transcontinental. Sa nomination fait suite à un processus rigoureux géré par les membres indépendants du conseil d'administration sous la direction de l'administrateur principal, M. J.V. Raymond Cyr.

« La feuille de route de François au sein de Transcontinental est impressionnante, a poursuivi Rémi Marcoux. C'est un entrepreneur et un innovateur qui place la croissance au cœur de ses priorités et qui jouit d'une grande crédibilité dans l'ensemble de l'entreprise. La force de nos équipes de direction nous a permis d'identifier un candidat à l'interne, en l'occurrence un membre de ma famille, qui offre des garanties de continuité et de stabilité cruciales dans le contexte économique d'aujourd'hui. »

**Une assemblée annuelle sous le signe de la croissance**

Les porte-parole de la Société ont indiqué aux quelque 400 actionnaires, partenaires d'affaires et dirigeants présents à l'assemblée à quel point Transcontinental était en excellente position pour poursuivre sa croissance.



D'entrée de jeu, Rémi Marcoux a déclaré sa conviction que Transcontinental avait la stratégie, la solidité financière et le leadership pour poursuivre sa croissance et continuer d'être un gagnant au sein des industries de l'impression et des médias. Il a mentionné sa stratégie de créneaux qui consiste « non pas à être le plus gros, mais le meilleur dans chacun de ses créneaux »; sa gestion financière disciplinée qui lui permet de jouer un rôle actif dans la phase de consolidation de l'industrie de l'impression; et un projet d'affaires mobilisateur qui « démontre que chez nous, ce sont les gens qui font la différence ».

M. Marcoux a ajouté : « Transcontinental tire plus du quart de ses revenus, et un peu plus de 40 % de ses profits, de son secteur des médias. Nos marques fortes, du côté des magazines comme du côté des journaux, nous assurent une notoriété sans pareille auprès des communautés que nous desservons et constituent le levier de base de notre développement numérique. »

Pour sa part, Luc Desjardins a livré un message personnel aux invités présents : « Je viens de vivre huit belles et bonnes années à la tête de Transcontinental et je quitte avec le sentiment du devoir accompli. Je suis persuadé que nous allons réaliser les objectifs financiers d'*Évolution 2010*. Nous avons un projet d'affaires, une entreprise à la fine pointe de la technologie, la solidité financière et les équipes en place pour poursuivre notre croissance. L'entreprise est entre bonnes mains. »

François Olivier, de son côté, a fait une revue des principales réalisations de 2007 qu'il considère prometteuses pour la croissance de l'entreprise. Outre le lancement de *La course vers l'excellence*, un outil de mobilisation destiné à partager la vision et la stratégie de l'entreprise avec ses quelque 15 000 employés, il a passé en revue les quatre enjeux d'*Évolution 2010* : le talent, la croissance des ventes, l'efficacité et le numérique.

« *La course vers l'excellence* devient en quelque sorte notre programme d'entraînement où chaque entité de Transcontinental sera appelée à s'améliorer de façon continue, a-t-il déclaré. En nous mesurant aux meilleurs dans chacun de nos segments d'activité, nous créerons les conditions qui nous guideront vers l'excellence. »

Parmi les faits saillants de l'année, il a mentionné l'acquisition de PLM Group, un leader au Canada dans le marketing direct, l'obtention des contrats d'impression des magazines de Rogers et du quotidien *San Francisco Chronicle*, le lancement du magazine *More*, le lancement ([lebelage.ca](http://lebelage.ca)) ou la relance de sites ([lesaffaires.com](http://lesaffaires.com), [canadianliving.com](http://canadianliving.com) et [thehockeynews.com](http://thehockeynews.com)) du côté de nos magazines, l'investissement de 60 millions de dollars qui fera de Transcontinental Transmag l'une des usines d'impression de journaux les plus modernes au monde et le renouvellement de l'engagement environnemental de Transcontinental.

« Notre développement des prochaines années reposera en partie sur notre capacité à intégrer ou à développer de nouvelles plateformes de croissance non reliées à l'imprimé qui permettront à nos clients actuels d'optimiser leur efficacité marketing, a-t-il conclu. Parallèlement à cela, nous allons participer à la consolidation des industries de l'impression et de l'édition. La pierre angulaire continuera d'être notre relation de proximité avec nos clients, notre crédibilité d'affaires et la réputation de Transcontinental. »



Enfin, Benoît Huard, vice-président et chef de la direction financière, a mis en perspective les résultats financiers de 2007 qui démontrent que Transcontinental connaît une bonne performance et est en bonne position pour poursuivre sa croissance. Il a mentionné la croissance interne des revenus qui a atteint 4,4 % au dernier trimestre; une augmentation de 11 % du bénéfice net ajusté par action si on exclut l'effet du taux de change, légèrement supérieur à l'objectif d'*Évolution 2010*; l'effet cumulatif du taux de change au cours des cinq dernières années, entre autres 51 millions de dollars sur le bénéfice net et 0,57 \$ par action; la situation financière enviable de la Société qui a généré en 2007 des fonds tirés des activités d'exploitation de 240 millions de dollars et un ratio d'endettement net sur capitalisation totale de 29 %.

« Cette solide position financière nous a permis d'investir 130 millions de dollars en immobilisations corporelles et plus de 130 millions de dollars en acquisitions d'entreprises, dont PLM Group, a conclu M. Huard. De plus, nous avons augmenté notre dividende pour une cinquième année consécutive et racheté 2,5 millions d'actions pour une contrepartie totale de 53 millions de dollars. Grâce à notre gestion financière disciplinée et à notre capacité de générer des fonds d'exploitation, nous avons donc les moyens de poursuivre notre croissance. »

## Profil

Premier imprimeur au Canada et sixième en Amérique du Nord, Transcontinental est également le plus important éditeur de magazines destinés aux consommateurs et d'ouvrages pédagogiques en français et le deuxième éditeur de journaux locaux et régionaux au pays. Transcontinental se distingue par la création de partenariats stratégiques lui permettant de s'intégrer dans la chaîne de valeur de ses clients, notamment grâce à son modèle unique d'impartition dans l'impression de journaux et à ses services à valeur ajoutée. Depuis le marketing de masse jusqu'au marketing personnalisé, l'entreprise offre une solution intégrée qui inclut une offre de marketing direct inégalée à l'échelle du continent, une plateforme numérique diversifiée et un réseau de distribution de porte en porte de matériel publicitaire. Transcontinental place au cœur de sa pratique d'affaires un ensemble de valeurs, dont le respect, l'innovation et l'intégrité. Transcontinental (TSX : TCL.A, TCL.B) compte environ 15 000 employés au Canada, aux États-Unis et au Mexique, et ses revenus ont été de 2,3 milliards de dollars canadiens en 2007.

- 30 -

Pour renseignements :

### Médias

Nessa Prendergast  
Directrice des relations avec les médias  
Transcontinental inc.  
Téléphone : 514 954-2809  
nessa.prendergast@transcontinental.ca  
www.transcontinental.com

### Communauté financière

Jennifer F. McCaughey  
Directrice des relations avec les investisseurs  
Transcontinental inc.  
Téléphone : 514 954-2821  
jennifer.mccaughey@transcontinental.ca