

Pour diffusion immédiate

**TRANSCONTINENTAL ANNONCE UNE NOUVELLE STRUCTURE D'EXPLOITATION
VISANT À SOUTENIR SA STRATÉGIE DE CROISSANCE**

Montréal, le 14 novembre 2008 – Transcontinental inc. a annoncé aujourd'hui la mise en place d'une nouvelle structure d'exploitation pour soutenir sa stratégie de croissance en créant le secteur des communications marketing. La stratégie de croissance de l'entreprise consiste à accélérer le développement de nouveaux services axés sur la personnalisation publicitaire et les nouvelles plateformes de communication tout en continuant de renforcer et à étendre ses services d'édition et d'impression par le biais de ses deux autres secteurs.

Le nouveau secteur des communications marketing se concentrera sur la création et le développement de ces nouveaux services. Il regroupera d'abord les activités de Transcontinental en matière d'analyse de bases de données, de prémédia, de marketing par courriel, de marketing personnalisé et de communications sur mesure, incluant l'édition à contrat, ainsi que l'impression de produits marketing. Il sera ainsi à l'avant-garde des plus récentes tendances en marketing avec des solutions innovatrices pour rejoindre les consommateurs. Ce secteur aura des revenus annualisés d'environ 400 millions de dollars.

« Cette stratégie permettra la poursuite de notre croissance en consolidant nos activités de base et en bâtissant de nouvelles sources de revenus, a expliqué François Olivier, président et chef de la direction de Transcontinental inc. Transcontinental est un imprimeur hors pair et un éditeur doté d'une grande créativité. En offrant ainsi à nos clients des solutions marketing sur de multiples plateformes, nous remplissons encore mieux notre mission principale : aider nos clients à continuer de rejoindre leurs consommateurs cibles. »

M. Olivier agira à titre de président du secteur des communications marketing jusqu'à la nomination d'un nouveau président.

Le secteur des médias crée un contenu de qualité et le déploie sur de multiples plateformes. En tant que quatrième groupe de médias écrits au Canada, il offre aux annonceurs de partout au pays un accès à des communautés d'intérêt et à des communautés locales dans les deux langues officielles. Médias Transcontinental est le premier éditeur de magazines destinés aux consommateurs au Canada, grâce à l'exploitation d'une quarantaine de marques réputées et à son lectorat mensuel de plus de 11 millions de personnes, et le deuxième éditeur de journaux locaux et régionaux au pays. Ses 120 sites et portails Internet attirent plus de quatre millions de visiteurs uniques chaque mois. Médias Transcontinental, dont la présidente est Natalie Larivière, est aussi distributeur de matériel publicitaire



et a une présence dans les provinces maritimes, au Québec, dans l'est de l'Ontario et en Saskatchewan. Ce secteur aura des revenus annualisés de près de 650 millions de dollars.

L'excellence manufacturière est la compétence clé du secteur de l'impression. Il regroupe maintenant les services aux éditeurs de journaux, de livres et de magazines, les activités mexicaines de Transcontinental, ainsi que son offre de service aux détaillants. Ce secteur aura des revenus annualisés de plus de 1,5 milliard de dollars.

Brian Reid a été nommé président du secteur de l'impression. M. Reid est membre de Transcontinental depuis 1992. Il occupait le poste de vice-président principal du Groupe des catalogues et des magazines depuis 2003.

Par ailleurs, Hans Nielsen a été nommé président de Transcontinental Direct USA. M. Nielsen était, depuis 2006, vice-président principal du Groupe des produits commerciaux pour le Québec et les provinces maritimes. Il remplace Rob Young qui dirigeait les activités de publipostage de Transcontinental aux États-Unis depuis 2005. Transcontinental remercie Rob pour ses services et lui souhaite beaucoup de succès dans ses nouveaux défis.

Guy Manuel, président de l'ancien secteur des produits et services marketing, quittera Transcontinental à la fin de 2008.

« Je tiens à remercier Guy pour sa contribution à la croissance de notre entreprise depuis 2003, a souligné M. Olivier. Je veux également lui dire à quel point je lui suis reconnaissant d'avoir accepté de rester à mes côtés comme conseiller spécial dans le but de faciliter la transition. »

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 plus de 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. Pour obtenir de plus amples informations sur la Société, veuillez consulter le site www.transcontinental.com.

-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