




ANNUAL

REPORT

1996



LES RÉSEAUX
PREMIER CHOIX

Specializing in television
programming, Les Réseaux Premier

Choix inc. is Canada's leading

French-language specialty

broadcaster. The Corporation
currently operates three networks:

Super Écran, Canal Famille and

Canal D, whose programs are
broadcast in Québec, Ontario and

New Brunswick. The Corporation

has been listed on The Montréal

Exchange since 1985.

TABLE OF CONTENTS

Financial Highlights	1
Securities Information	2
Message to Shareholders	3
Review of Operations	
Canal Famille	7
Canal D	9
Super Écran	12
Management's Discussion and Analysis of Operating Results and Financial Position	15
Directors and Officers	19
Auditors' Report	20
Financial Statements	21
Notes to Financial Statements	24
Comparative Results for Past Five Years	26

ANNUAL MEETING OF SHAREHOLDERS
JANUARY 17, 1997 AT 10:00 A.M.
CLUB SAINT-DENIS
257 SHERBROOKE STREET EAST
MONTRÉAL, QUÉBEC

Les Réseaux Premier Choix inc.

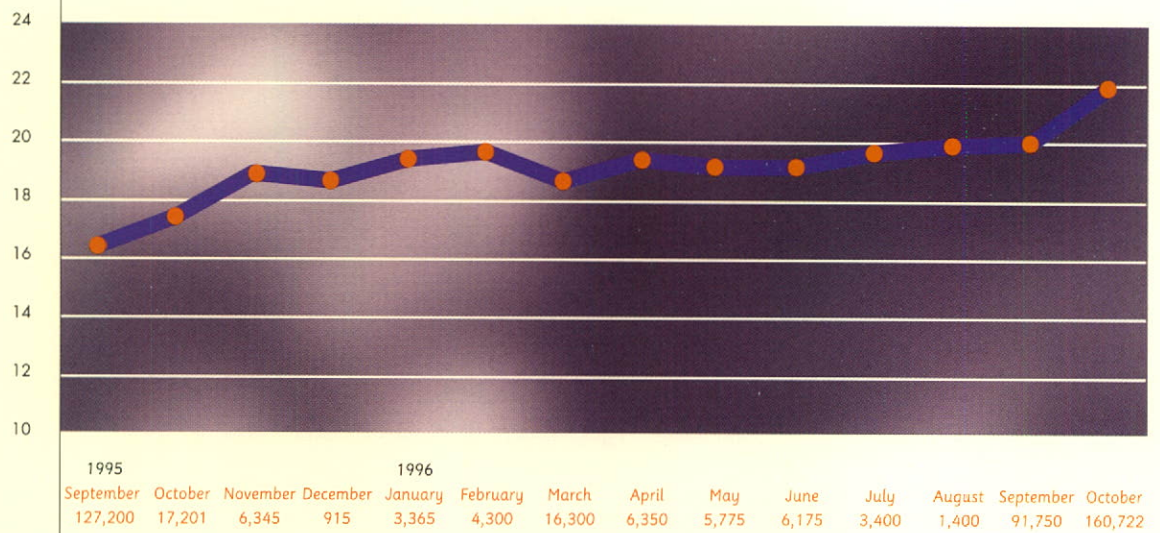
(Premier Choix Networks Inc.)

Member of Astral Communications Group Inc.

	1996	Years ended August 31,		Seven-month	Year
		1995	1994	period ended August 31,	ended January 31,
				1993	1993
(in thousands of dollars except per-share amounts and ratios)					
Operations					
Revenue	\$ 50,548	\$ 43,487	\$ 33,968	\$ 19,395	\$ 32,004
Gross profit	16,287	14,550	10,087	5,508	9,623
Income from operations	10,485	7,908	5,875	3,118	5,256
Net income	6,485	4,908	3,640	1,941	3,317
Cash flow from operations	\$ 7,957	\$ 6,942	\$ 4,744	\$ 2,661	\$ 4,619
Financial Position					
Working capital	\$ 21,663	\$ 16,603	\$ 15,039	\$ 12,319	\$ 10,974
Total assets	44,023	38,312	31,465	29,247	29,249
Long-term debt	—	—	—	—	—
Shareholders' equity	32,572	27,236	24,127	21,355	20,097
Per share					
Earnings	1.96	1.47	1.07	0.57	0.97
Cash flow	2.40	2.07	1.39	0.78	1.35
Shareholders' equity	\$ 9.83	\$ 8.20	\$ 7.11	\$ 6.25	\$ 5.89
Average number of shares outstanding	3,313,200	3,348,077	3,414,381	3,415,000	3,411,250
Principal Ratios					
Gross margin	32.2%	33.5%	29.7%	28.4%	30.1%
Operating margin	20.7	18.2	17.3	16.1	16.4
Net margin	12.8	11.3	10.7	10.0	10.4
Current ratio	2.90:1	2.50:1	3.06:1	2.56:1	2.21:1
Long-term debt-to-equity ratio	—%	—%	—%	—%	—%
Number of subscribers					
at year-end:					
Super Écran	227,448	215,529	214,274	202,271	215,403
Canal Famille	1,821,369	1,822,245	1,784,870	1,730,963	1,734,672
Canal D	1,723,141	1,619,048	—	—	—

Price of Class A Voting Share

Montréal



Volume

- Class A common shares (PCT.A)
- High/low from August 31, 1995 to August 31, 1996: \$20.00 — \$15.75
- Trading volume from August 31, 1995 to August 31, 1996: 198,726 shares
- Dividends/Class A common share: \$0.30
- Price/earnings ratio: 10.2:1
- Dividend yield: 1.5%
- Number of Class A shares outstanding as at October 31, 1996: 3,317,700
- Share price as at October 31, 1996: \$22
- Price/book value ratio as at October 31, 1996: 2.18:1

During the past fiscal year, Premier Choix: TVEC Inc. changed its name to Les Réseaux Premier Choix inc. (Premier Choix Networks Inc.), reflecting the reality of its operations while setting the stage for the future.

The year was marked with sadness by the death of Harold Greenberg, the Chairman of our Board. Harold was one of the leaders of the Canadian production and broadcasting industry. He played a key role in the turnaround of pay television in Canada, whose start-up resulted in a financial crisis that threatened the very survival of this section of the Canadian broadcasting system. His infallible support for the initiatives of Les Réseaux Premier Choix inc., including the launch of Canal Famille and Canal D, his management expertise and his visionary qualities contributed largely to the success our Corporation enjoys today. For all this, the staff, management and Board of Directors wish to pay him everlasting homage.

Les Réseaux Premier Choix inc. will continue to grow and diversify under the chairmanship of André Bureau, newly-elected to the post. A Director for six years now, his dynamism and extensive experience are guarantees of success for the Corporation's future. We warmly welcome him to the helm of the Board of Directors.

A Year of Strong Growth

The Corporation's financial results for fiscal 1995-1996 show strong growth in income from operations, up 32.6%, and revenue, up 16.2%. This is mainly due to the outstanding performance of our three networks and to our decision to use digital video compression (DVC) technology, which contributed to the reduction in our satellite transmission costs. Earnings per share outstanding rose to \$1.96, compared with \$1.47 for the previous year. Cash flow from operations increased by 14.6%, total assets by 14.9%, shareholders' equity by 19.6% and working capital by 30.5%.

All of our networks contributed to the Corporation's success. According to BBM ratings, Canal Famille, Canal D and Super Écran captured 60% of total viewers for the eight French-language specialty and pay networks in Québec. Each of them consolidated its position in terms of market share and viewing audience, and all made progress in terms of media recognition and public awareness. Original Canadian programming on our three channels earned 20 nominations and 7 awards at the 1996 Gala des Gémeaux.



INFONIE

These highly positive results reflect the excellence of our programming. Programs are enthusiastically supported by a number of private and public funds: Cable Operators Production Fund, Rogers Documentary Fund, Maclean Hunter Fund, Shaw's Children's Television Fund and Telefilm Canada. Our programming is developed and put together by a skilled, dynamic and imaginative team that can count on our in-house research department's tireless efforts to better target viewers of each of our channels, using ratings tools to measure our various types of programming, and expand our knowledge of viewers' expectations. This process reflects our ongoing concern for meeting consumers' needs, while continuing to focus on quality, creativity and originality.

Consistent with its determination to offer the country's French-language viewers high-quality, competitive and profitable services, while taking full advantage of technological advances, Les Réseaux Premier Choix inc. proceeded with the digital video compression of its three signals this year, which allowed it to realize major savings in satellite transmission costs. We also initiated efforts to obtain national licences for our three networks,

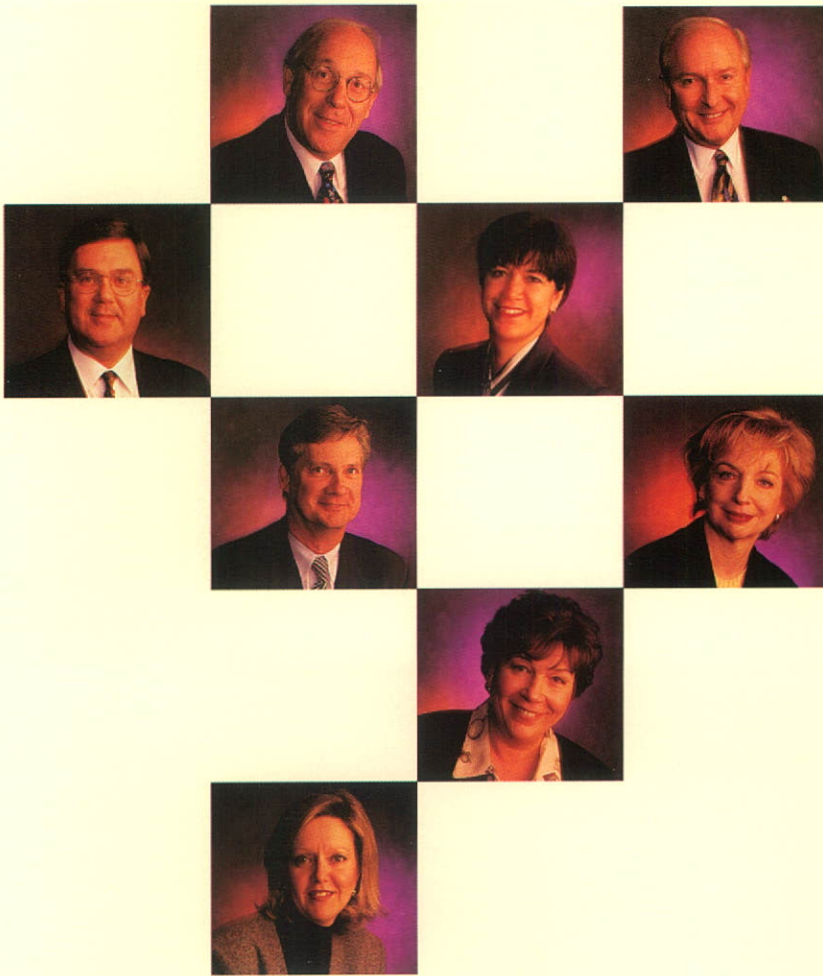
which currently only have regional licences for Eastern Canada. These dual initiatives will give us the opportunity to increase our audiences, which will soon have access to new broadcast delivery systems (DBS, LMCS, telcos, etc.) and the gradual introduction of addressable digital decoders in the cable industry.

Diversification and Future Growth: Infonie Canada

In the new year, Les Réseaux Premier Choix inc. intends to build upon the expertise it acquired in the management, programming and marketing of specialty and pay television networks to move into a new niche offering unparalleled growth potential: online multimedia services.

Les Réseaux Premier Choix inc. plan to make a major strategic investment in Infonie Canada, becoming the controlling shareholder and operator of the company's French-language online multimedia service, Infonie.

Infonie, the pre-launch of which is scheduled for the spring of 1997 and the launch in the fall, will offer families equipped with a personal computers exclusive educational and entertaining multimedia content specifically adapted to Quebecers' expectations and featuring graphic interfaces comparable in quality to CD-ROMs. Distributed via cable modem or dial-up modem, Infonie will provide 10 interactive sources of content and offer a faster, more user-friendly and



From left to right,
beginning at top:

IAN GREENBERG

Vice-Chairman of the
Corporation, President and
Chief Executive Officer, Astral
Communications Inc.

ANDRÉ BUREAU

Chairman of the Corporation,
President, Chief Executive
Officer and Vice-Chairman
of the Board, Astral
Broadcasting Group Inc.

PIERRE ROY

President, Chief Executive
Officer

JOHANNE SAINT-LAURENT

Vice-President,
Administration and Finance

ROBERT LAPOINTE

Vice-President,
Programming — Super Écran

ANDRÉANNE BOURNIVAL

Vice-President,
Programming — Canal D

MONIC LESSARD

Vice-President,
Programming — Canal
Famille

LUCIE DRAPEAU

Vice-President, Marketing

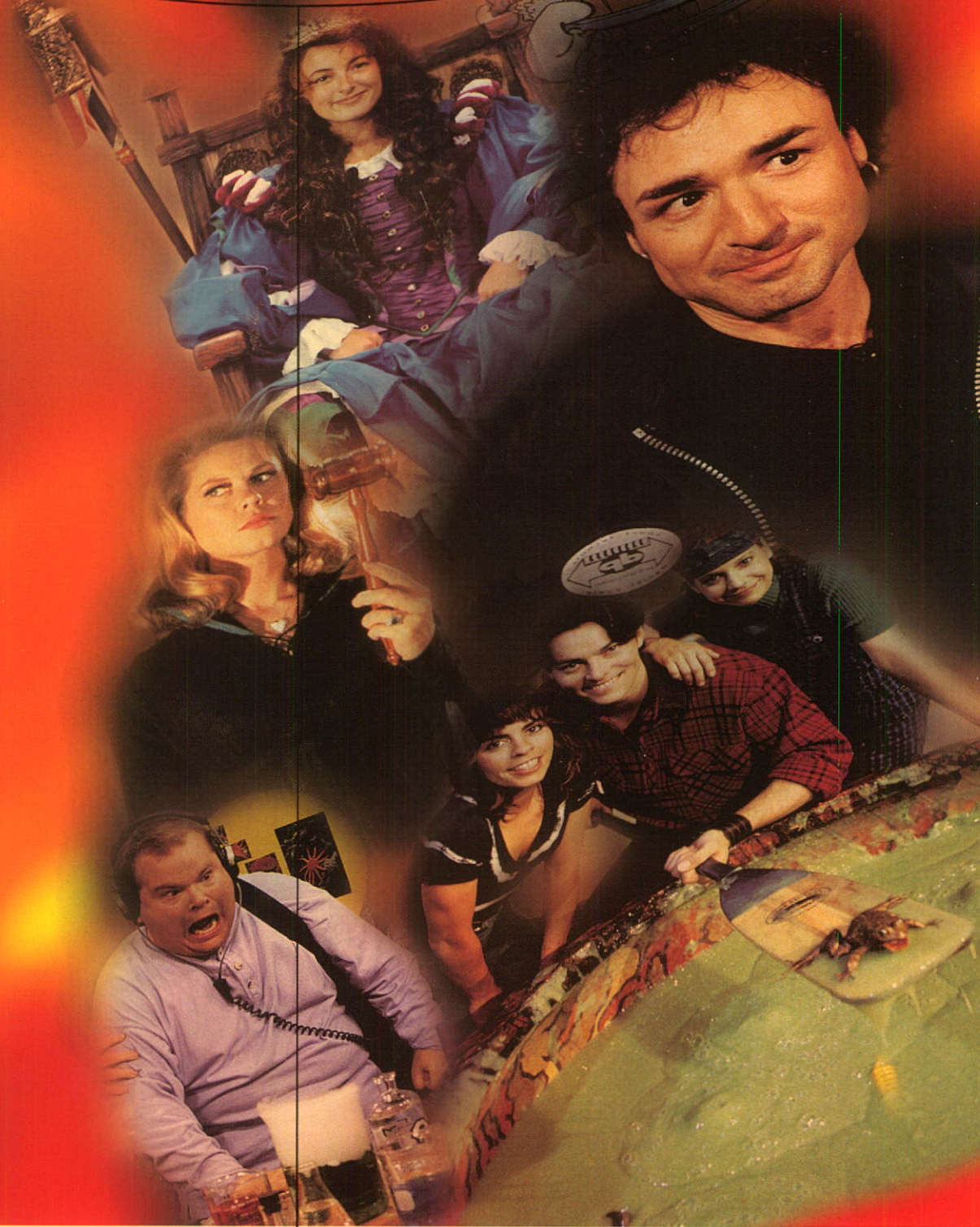
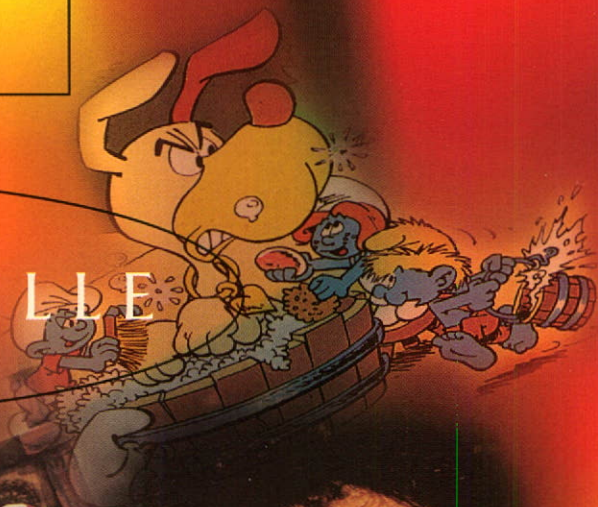
more attractive way of surfing an online multimedia network, along with a gateway to the *Internet*.

This extremely promising value-added product could have the same impact on cable modem penetration as Super Écran had on Videoway penetration, namely a trend-setting or springboard effect. It should enable our Corporation to diversify its operations and gain access to the new era of the information highway, bringing with it a concern for providing services that truly meet consumers' needs — the hallmark of its involvement in the television broadcasting.

In conclusion, I would like to thank all managers, employees, Board members and shareholders, as well as all creative and commercial partners of Les Réseaux Premier Choix inc. for their collaboration and active support. With such backing, the Corporation will undoubtedly be able to carry on its momentum and reach new heights in the coming years.

Pierre Roy
President and Chief Executive Officer

CANAL FAMILIE





Canal Famille is the leading French-language specialty channel, with more than 1,000,000 viewers and a market share of 2.6% in the fall of 1995 and 3.6% in the summer of 1996.

Canal Famille took three steps over the past year to expand its audience reach. First, we "aged" our programming and network image to better reach a target audience of 10-to-14-year-olds. Second, we endeavoured to convey the full meaning of our slogan "la télé des jeunes" by ensuring that more young people would be seen on Canal Famille — youth at play, laughing, exploring and carrying out projects. Last but not least, we submitted our network to a youth cure by updating its on-air logo and image.

The operation was a tremendous success and the network's audience grew strongly in 1995-1996, including reaching the teenage audience. Its market share among 12-to-17-year-olds rose from 2.1% in the spring of 1995 to 4.4% one year

later, without any detrimental effect on its market share in other age groups.

Moreover, the presentation of cult series for the entire family, such as *Denis la petite peste* and *Ma sorcière bien-aimée*, also helped increase

its presence and notoriety with family audiences.

Fiscal 1996 was also outstanding in terms of hours of original production: more than 180 hours divided equally among our target audiences.

Children aged 3-to-5 particularly appreciated *Anne la banane* and *Théodore Remorqueur*; 6-to-9-year-olds were fond of the crazy game of *Les Zigotos* and the new adventures of *Spirow*; 9-to-12-year-olds never missed an episode of their magazine *Télé-Pirate*. Finally, 10-to-14-year-olds continued to delight in *Shlak*, while reacting positively to new programs like *Le Studio techno*, *Hartley*, *Coeurs à vif* and especially *Radio-Enfer*, without question the most popular program in this age group and one which was widely acclaimed by the industry.

"La télévision des jeunes!"



Our high standards of programming free of sexism, racism and violence, our ongoing concern for the quality of language and the positive vision we project to young people continued to earn praise on the part of subscribers, parents and educators.

In fact, *all* original Canadian programs featured on Canal Famille appeared on the list of nominations for the Géméaux Awards. This year, Canal Famille garnered 18 nominations compared with 11 last season and won an unprecedented 5 Géméaux Awards for 5 different series: *Télé-Pirate*, *Les Zigotos*, *Radio-Enfer*, *La Princesse astronaute* and *Spirou*. Three of these programs also captured Awards of Excellence from the Alliance for Children and Television.

This acknowledgment of the quality of our original programs on the part of television and educational circles earned us substantial media coverage. It was especially appreciated in that it confirmed the judgment made by young people themselves, whose loyalty to Canal Famille has never wavered and who responded to lifestyle advertising and promotional initiatives more than ever. More than 123,000 young people participated in the "À la recherche de Jeff" contest, and our

information video on Halloween safety was distributed to some 800 schools in Québec.

Canal Famille also developed a TV magazine entitled *Génération W*, which reflects one of the realities of young people's lives by seeking to demystify and give them a taste for exploring the world of multimedia. We also created a thriller niche on Friday nights for older teens as well.

In the coming year, Canal Famille intends to confirm and consolidate its breakthrough among teenage viewers while developing a new concept for 3-to-5-year-olds, *Pin-Pon*, a program that will differentiate itself from programs featuring animation and puppets and which will foster a warm, direct relationship with pre-schoolers.

In all of its programming, Canal Famille firmly intends to continue stressing the value of being young, giving hope and offering exciting role models of young people fulfilling their dreams.

Following a launch period with exceptional results — confirming the soundness of the network's concept and its ability to meet the unfulfilled expectations of some Québec television viewers — fiscal 1995-1996 was a consolidation year for Canal D. The channel was able to gain further audience loyalty, raise its profile and boost media support.

Canal D thus confirmed its upward trend among a growing portion of the Québec television audience. Its market share showed steady growth, rising from 1.0% in the fall of 1995 to 1.3% in the spring of 1996 and 1.6% in the summer of the same year. The network now reaches some 1,000,000 viewers.

Consisting primarily of documentaries, cult series and movies, its programming enabled Canal D to meet a need and achieve a breakthrough among consumers less fond of television and dissatisfied with the French-language programming available in specific niches. This is particularly true of adult males, who accounted for 57% of the network's audience in the spring of 1996, compared with only 44% of total television audience in Québec. The network is also particularly popular with the target 25-to-49 age group.

During the 1995-1996 fiscal year, Canal D featured more than 1,000 hours of new programming, one-third of which was Canadian content, including 125 hours of first-run original programs, one-third American content adapted into French and one-third content from Europe and elsewhere.

The most popular of Canal D's major documentary series were *Mondes et Mystères*, *On a marché sur la terre*, *Biographies*, *Les Grands Crimes du XXe siècle*, *Le Goût du monde* and *Archéologies*. Several Canadian mini-series and special programs were also a hit: the documentary feature *L'aventure des Compagnons de Saint-Laurent*, a five-hour series on Canadian participation in World War II entitled *Le prix de la liberté*; a series of six performances recorded during the *Montréal International Jazz Festival*; a biography of *Jean Grimaldi*, the pilot for a series of 10 programs on public figures who influenced Québec culture; a one-hour special with *Claude Gauthier*, the first of 10 programs that will conjure up memories of the "boîtes à chansons"; *Venise, la route du verre et du miroir*, the pilot for a 13-hour series on the world's most beautiful routes to be broadcast in 1998.



To celebrate its first anniversary, Canal D presented 10 days of programming of the network's best programs. Thanks to effective advertising, this special event helped spark renewed interest in our network and attract media attention. Canal D also sought to zero in on current events, for example by showing a biography of Jeanne Moreau and her very first feature film *Les Amants* while she was chairing the jury at the Montréal World Film Festival, as well a historical documentary on the Saguenay-Lac St-Jean region, *Le combat d'Onésime Tremblay*, shortly after the flooding in that area.

During fiscal 1995-1996, the network succeeded in forging advantageous partnerships with Canadian broadcasters such as Discovery Canada, SRC and foreign partners like *La Cinquième chaîne* in France and A&E. Moreover, a project that will air on Canal D was the only French-language documentary to receive a \$500,000 contribution from the new Rogers Documentary Fund.

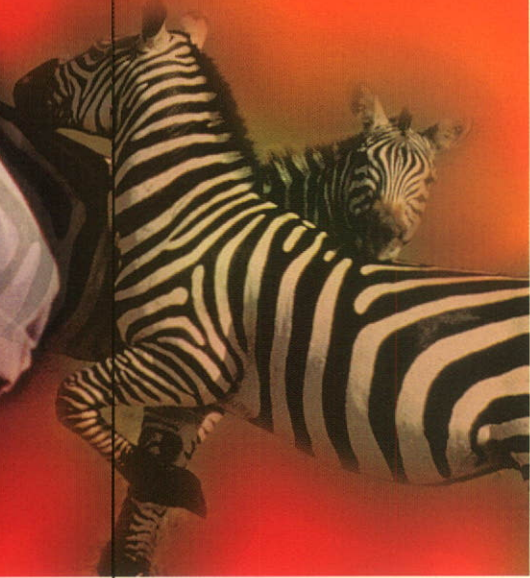
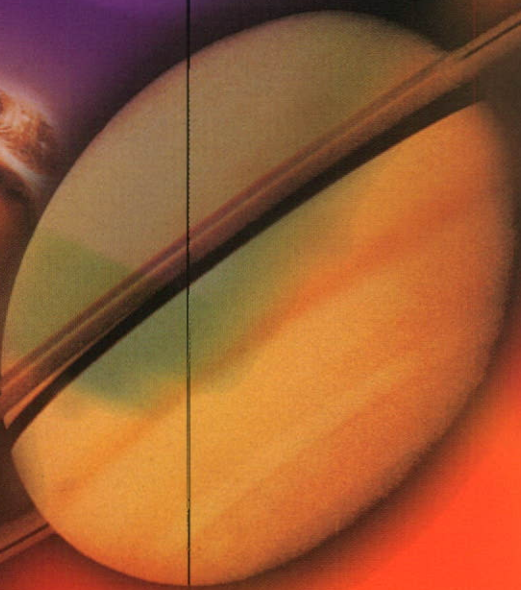
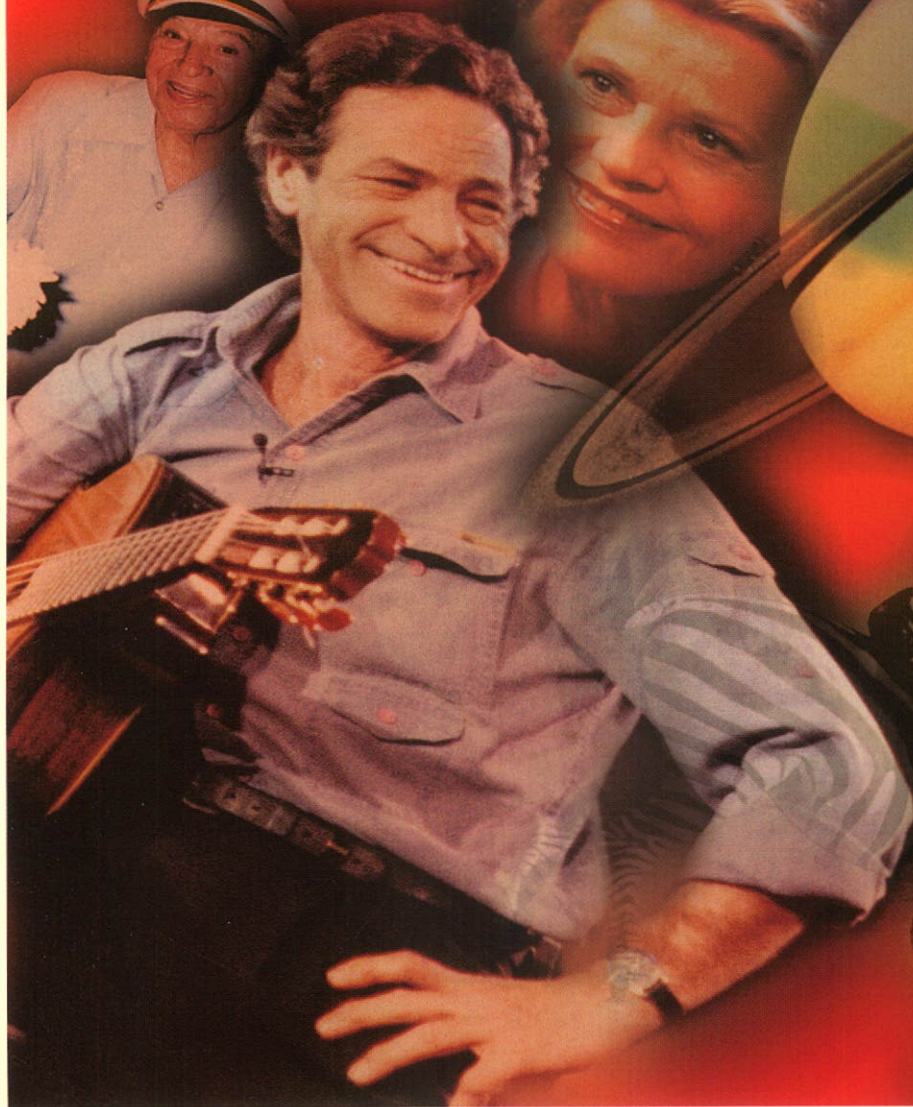


“La télévision
de la découverte!”

In the coming year, various pilots that were designed, produced and tested with viewers this year will be developed into series, enabling us to enrich the original Canadian programming on Canal D. At least two new first-run original Canadian series will be presented: *Des crimes et des hommes* (13 hours) and *La mémoire des boîtes à chansons* (10 hours). New series from A&E and special prestigious Canadian and foreign programs are also planned.

Finally, Canal D intends to continue building upon its partnerships with both independent producers and other Canadian and foreign broadcasters. The network will also continue to feature new shows every month that will draw viewers, as well as bring it closer to its audience and, as much as possible, current events.

CANAL D





Super Écran is the only French-language pay television network in North

America. Despite the fact that it is offered to subscribers on an entirely discretionary basis, the channel ranks in second place, immediately after Canal Famille, in terms of share of the Francophone market among the eight French-language specialty and pay services.

In terms of satisfaction, subscribers awarded Super Écran a score of 80% in 1995-1996. Types of programming with the greatest appeal include family films, children's programs and films and exclusive specials.

The network's goal for 1995-1996 was to increase its subscriber base by 5%. Mission accomplished: at August 31, 1996, Super Écran had more than 227,000 subscribers, up 5.5% over the same date one year earlier (215,000 subscribers). This growth was made possible

by adapting our programming to viewers' expectations while sustaining and diversifying our marketing efforts.

"La télévision du cinéma!"

Consistent with the wishes expressed by subscribers, we focused on programming for the entire family. We offered "Les matinées de Noël" during the holiday season, including a selection of films like *Casper*, *Le livre de la jungle*, *Richie Rich* and

Mon ami Willy 2, and developed the "La méchante veillée" concept, a night of programming for teens.

All told, Super Écran subscribers were able to watch 376 different feature films: 60% from the U.S., 22% from Canada, 11% from France and 7% from elsewhere. Hits over the past year included *Forrest Gump*, *La cloche et l'idiot*, *Harcèlement*, *Un monde sans terre* and *Apollo 13*, not to mention Canadian and Québec movies such as Atom Egoyan's *Exotica* and Charles Binamé's *Eldorado*. We also premiered 13 variety shows, notably featuring Claudine Mercier, magician Alain Choquette, singer Mario Pelchat and impersonator André-Philippe Gagnon. This last show won two Géméaux

SUPER ÉCRAN



Awards for best production and best performance. Finally, Super Écran invested in the production of the Québec feature film *L'Homme idéal*.

On the marketing side, Super Écran conducted its "Grand Débrouillage" preview weekend once again in September 1995, attracting 11,200 new subscribers. We also stepped up our promotional and marketing campaigns in association with a wide range of partners, including Chevrolet, Télémedia, the Montréal Expos, Météomédia and Le Journal de Montréal. Several contests and campaigns focusing on target markets were organized. It should be noted that our direct mailing campaign during the 1995 holiday season earned a distinguished Mark Award, bestowed by the Cable Television Association of Marketing, which includes cable operators in North and South America, Europe and Asia, in recognition of the most innovative and most effective marketing achievements in the cable television industry.

Super Écran continued to work in close cooperation with its cable operator partners to reduce piracy, which remains high in some parts of Québec and hinders subscriber growth. In this regard,

CF Cable's decision to introduce Videoway decoders in its Montréal systems will undoubtedly yield benefits for Super Écran.

Once again this year, Super Écran contributed to the closed-captioning of 74 movies for the hearing-impaired and continued to back the development of Canadian feature films by helping to finance 9 screenplays. The network was also innovative in giving a \$50,000 grant to the Institut national de l'image et du son (INIS) in support of its scriptwriter training initiatives.

In the coming year, Super Écran intends to continue fine-tuning its promotional and marketing strategies, while offering subscribers a broad range of feature films and variety shows that meet the expectations of every member of the family.

Operating Results

Operating revenue for Les Réseaux Premier Choix inc. grew by 16.2%, climbing from \$43.5 million in 1995 to \$50.6 million in 1996. More than 75% of this growth stemmed from Canal D, which operated throughout the year in 1996 compared with only eight months in 1995. Canal D also recorded a 6.3% increase in its subscriber base during the 1995-1996 fiscal year.

Super Écran had a total of 227,448 subscribers at August 31, 1996, up 5.5% over 215,529 subscribers at August 31, 1995. The number of Canal Famille subscribers held steady. Since September 1996, a few cable operators have offered Canal Famille on a discretionary tier basis rather than as part of basic service. The penetration rate in these systems reached an average of 85%, but total revenue was not affected since agreements with these cable operators guarantee a revenue level equivalent to 100% of basic service subscribers.

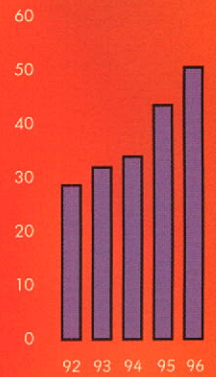
Direct costs increased by 18.4%, compared with an increase of 21.4% last year. This was due to two main factors.

The introduction of digital video compression (DVC) helped reduce the growth in direct costs compared with last year. Transmission costs for Canal Famille and Super Écran have in fact dropped considerably since the implementation of DVC in February 1996. Canal D, for its part, has benefited from a preferential rate since its launch even though the technology was not yet in place. The overall effect of DVC implementation resulted in annual savings of approximately \$1.7 million in transmission costs.

Program exhibition rights for Canal D, however, have increased substantially compared with last year. Already announced in last year's Annual Report, this increase was necessary to enhance the network's program library and diversify its programming. A year-and-a-half after going on-air, Canal D has hit its stride and the renewal of its programming should take place without any major problems. In the case of Super Écran, the increase in program exhibition rights is normal, simply reflecting the growth in the number of subscribers.

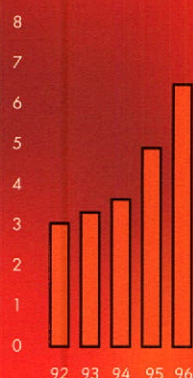
General expenses stood at \$6.6 million, representing 13% of revenue, down from 13.7% last year.

Revenues
(in millions of dollars)



Net Income

(in millions of dollars)



Income from operations totalled \$10.5 million, an increase of 32.6% compared with \$7.9 million in 1995. Net income amounted to \$6.5 million, up 32.1% over \$4.9 million one year earlier. Earnings per share grew by 33.3%, rising to \$1.96 from \$1.47.

The average number of Class A shares outstanding stood at 3,313,200 at August 31, 1996, down from 3,348,077 at the end of the previous year. A normal course issuer bid was in effect throughout the fiscal year, resulting in the redemption of 9,600 shares. During the year, 1,000 new shares were issued following the exercise of stock options by an officer of the Corporation.

After accounting for the aforementioned factors, the Corporation posted a net margin of 12.8%, up from 11.3% last year.

	For the fiscal years ended August 31,		
	1996	1995	Change
(in thousands of dollars, except per-share amounts)			
Revenue	\$50,548	\$43,487	+16.2%
Gross profit	\$16,287	\$14,550	+11.9%
Income from operations	\$10,485	\$ 7,908	+32.6%
Net income	\$ 6,485	\$ 4,908	+32.1%
Earnings per share	\$ 1.96	\$ 1.47	+33.3%

Liquid Assets, Capital Resources and Financial Position

Cash flow from operations for fiscal 1996 stood at \$8.0 million, up 14.6% over the previous year. Cash flow per share amounted to \$2.40, compared with \$2.07 in 1995. The increase was directly attributable to the growth in net income. Cash flow from operations was used mainly for the purchase of fixed assets, the payment of dividends, development of the Infonie service and coverage of the expenses related to the launch of digital video compression.

Working capital rose 30.5% to reach \$21.7 million, up from \$16.6 million last year. Total assets rose from \$38.3 million to \$44.0 million at August 31, 1996, an increase of 14.9%. Shareholders' equity grew by 19.6%, climbing to \$32.6 million from \$27.2 million at August 31, 1995. This growth can be attributed to the increase in retained earnings.

For the fiscal years ended August 31,

	1996	1995	Change
(in thousands of dollars, except per-share amounts)			
Cash flow from operations	\$ 7,957	\$ 6,942	+14.6%
Cash flow per share	\$ 2.40	\$ 2.07	+15.9%
Working capital	\$21,663	\$16,603	+30.5%
Current ratio	2.90:1	2.50:1	+16.0%
Long-term debt	—	—	—
Shareholders' equity	\$32,572	\$27,236	+19.6%
Book value per share	\$ 9.83	\$ 8.20	+19.9%
Total assets	\$44,023	\$38,312	+14.9%

There have been no major changes over the past fiscal year with regard to the capital structure. The Corporation has announced a normal course issuer bid covering a maximum of 5% of its outstanding shares or 165,885 Class A shares. The bid began on October 10, 1996 and will expire on or before October 9, 1997.

Les Réseaux Premier Choix inc. paid \$994,000 in dividends to its shareholders in 1996, corresponding to a dividend per share of \$0.30, compared with a dividend of \$0.22 per share last year.

Management's Discussion and Analysis

Analysis of the Corporation's operating results indicates strong growth and a healthy financial position. Les Réseaux Premier Choix inc. is free of long-term debt and has a very satisfactory level of liquid assets and capital resources.

This will enable the Corporation to easily meet its operating and depreciation expenses and provide it with the financial leverage and flexibility to initiate new projects and diversify its operations.

For fiscal 1997, Les Réseaux Premier Choix inc. plans to continue focusing on growth, first through its current networks: Canal Famille, Canal D and Super Écran. We anticipate an increase in business volume of approximately 4%, combined with the full benefits, over a 12-month period of DVC implementation.

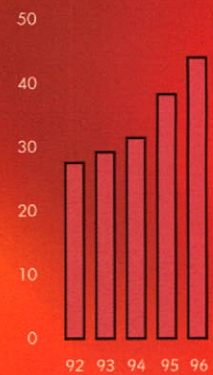
Cash Flow from Operations

(in millions of dollars)



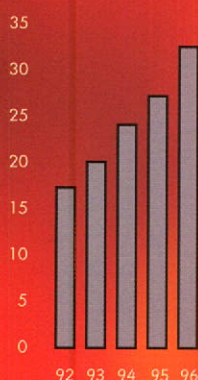
Total Assets

(in millions of dollars)



Shareholders' Equity

(in millions of dollars)



The implementation of DVC, obtaining of national licences for our channels and arrival on the market of new DBS delivery systems should help extend our subscriber base. However, this expansion will take place slowly and gradually and may not really start to occur until 1998. Forecasts respecting the number of direct-to-home subscribers are modest for its launch phase, which may not begin until September 1997.

The Corporation also intends to invest in a large-scale project: Infonie Canada. It wishes to seize the opportunity to apply its television programming expertise and thorough knowledge of the Québec market to the universe of the information highway and online multimedia services. This will position it in the new digital market and provide it with a major competitive lead in anticipation of the multimedia boom and convergence of television and personal computers.

Finally, Les Réseaux Premier Choix inc. plans to act energetically, together with all its French-language broadcasting industry partners and the support of Heritage Canada and the Québec Ministry of Culture and Communications, to push for the amendment of Draft Bill C-216, which is currently being studied by the Standing Senate Committee on Transport and Communications. Originally designed to prohibit the practice of negative optioning, this draft bill is worded in such general and confused terms that, if adopted as is, it could compromise the development and growth potential of all French-language specialty services and have a disastrous effect for French-speaking consumers. We believe that chances of having the case decided in our favour are more than reasonable.

Les Réseaux Premier Choix inc. can therefore face the future with confidence and a firm determination to fulfill its mission while continuing to build its shareholders' return on investment.

Board of Directors**ANDRÉ BUREAU †**

Chairman of the Corporation,
President, Chief Executive Officer
and Vice-Chairman of the Board
Astral Broadcasting Group Inc.

CHARLES DENIS

Director

IAN GREENBERG †

Vice-Chairman of the Corporation,
President and Chief Executive Officer
Astral Communications Inc.

JEAN-LOUIS HAMEL *

Vice-Chairman of the Board
Colliers Pierremont Inc.

MONIQUE JÉRÔME-FORGET - Ph.D.

President, Chief Executive Officer
Institute for Research on Public
Policy

CHARLES-ALBERT POISSANT * †

Chairman of the Board
Donohue Inc.

CLÉMENT RICHARD

Counsel
Lozeau, Gonthier, Masse, Richard,
Lawyers

PIERRE ROY †

President, Chief Executive Officer
of the Corporation

MADELEINE SAINT-JACQUES * †

President
Young & Rubicam Limited

Management**ANDRÉ BUREAU**

Chairman of the Board

IAN GREENBERG

Vice-Chairman of the Board

PIERRE ROY

President, Chief Executive Officer

JOHANNE SAINT-LAURENT

Vice-President,
Administration and Finance

ROBERT LAPOINTE

Vice-President,
Programming — Super Écran

MONIC LESSARD

Vice-President,
Programming — Canal Famille

ANDRÉANNE BOURNIVAL

Vice-President,
Programming — Canal D

LUCIE DRAPEAU

Vice-President, Marketing

JEAN-PIERRE CÔTÉ

Controller

CATHERINE DELORME

Director, Business Affairs and
Assistant Secretary

Corporate Information**HEAD OFFICE**

2100 Sainte-Catherine Street West
Suite 800
Montréal, Québec
H3H 2T3
Tel.: (514) 939-3150
Fax: (514) 939-3151

Special telephone number
for the hearing-impaired:
(514) 939-3152.

TRANSFER AGENT AND REGISTRAR

General Trust of Canada

† Member of the Executive Committee


* Member of the Audit Committee

To the shareholders of
Les Réseaux Premier Choix inc.:

We have audited the balance sheet of Les Réseaux Premier Choix inc. as at August 31, 1996 and the statements of operations, retained earnings and changes in financial position for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at August 31, 1996 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles.


General Partnership
Chartered Accountants

Montreal, September 27, 1996

Year ended August 31

	1996	1995
(in thousands of dollars, except per-share amounts)		
Revenue	\$50,548	\$43,487
Direct costs		
Program exhibition rights	28,940	23,088
Programming expenses	1,145	933
Technical expenses	4,176	4,916
	34,261	28,937
Gross profit	16,287	14,550
General expenses		
Advertising and promotion	3,314	3,162
Administrative expenses	3,243	2,859
	6,557	6,021
Income before the following items	9,730	8,529
Interest income	755	609
Amortization of deferred charges	—	(1,230)
Income from operations (note 8)	10,485	7,908
Income taxes		
Payable	3,780	3,200
Deferred	220	(200)
	4,000	3,000
Net income	\$ 6,485	\$ 4,908
Earnings per share	\$ 1.96	\$ 1.47
Weighted average number of shares outstanding during the year	3,313,200	3,348,077

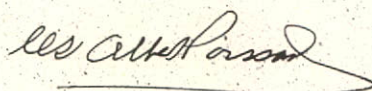
Statement of Retained Earnings

Year ended August 31

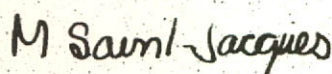
	1996	1995
(in thousands of dollars)		
Balance at beginning of year	\$ 9,605	\$ 6,124
Net income	6,485	4,908
	16,090	11,032
Excess of purchase price over average paid-up capital of shares redeemed	113	691
Dividends	994	736
	1,107	1,427
Balance at end of year	\$14,983	\$ 9,605

	August 31	
	1996	1995
(in thousands of dollars)		
Current assets		
Short-term investments, at cost	\$10,155	\$ 9,894
Demand loan — parent company, at prime rate	7,500	—
Accounts receivable	4,826	4,884
Prepaid expenses	157	143
Deferred income taxes	—	170
Program exhibition rights	10,426	12,588
	33,064	27,679
Program exhibition rights	673	1,663
Investment in Canadian film productions	115	290
Fixed assets (note 3)	2,673	2,039
Deferred charges	466	—
Licences, rights and subscribers (note 4)	6,453	6,641
Other asset	579	—
Total assets	\$44,023	\$38,312
Current liabilities		
Outstanding cheques less cash	\$ 1,324	\$ 1,379
Trade accounts payable and accrued charges	3,954	2,502
Program exhibition rights payable	5,661	6,368
Income taxes payable	462	827
	11,401	11,076
Deferred income taxes	50	—
Shareholders' equity		
Capital stock (note 5)	17,589	17,631
Retained earnings	14,983	9,605
	32,572	27,236
Total liabilities and shareholders' equity	\$44,023	\$38,312

On behalf of the Board:



Director



Director

Year ended August 31

	1996	1995
(in thousands of dollars, except per-share amounts)		
Operating activities		
Net income	\$ 6,485	\$ 4,908
Items not affecting cash		
Amortization and depreciation	1,252	2,234
Deferred income taxes	220	(200)
Cash flow from operations	7,957	6,942
Changes in non-cash operating items	3,598	(4,276)
	11,555	2,666
Financing activities		
Issue of capital stock	9	132
Redemption of capital stock	(164)	(1,195)
Dividends	(994)	(736)
	(1,149)	(1,799)
Investment activities		
Additions to fixed assets	(1,419)	(1,581)
Deferred charges	(592)	(822)
Other asset	(579)	—
	(2,590)	(2,403)
Increase (decrease) in cash	7,816	(1,536)
Cash position at beginning of year	8,515	10,051
Cash position at end of year	\$16,331	\$ 8,515
Represented as follows:		
Short-term investments	\$10,155	\$ 9,894
Demand loan — parent company	7,500	—
Outstanding cheques less cash	(1,324)	(1,379)
	\$16,331	\$ 8,515
Cash flow from operations per share	\$ 2.40	\$ 2.07

August 31, 1996

1. Incorporation, nature of business and change in corporate name

The Corporation, incorporated under the Canada Business Corporations Act, operates "Super Écran", a French-language pay television service, "Canal Famille" and "Canal D", two French-language specialty television services. During the year, the Corporation has changed its corporate name from Premier Choix: TVEC Inc. to Les Réseaux Premier Choix inc. (Premier Choix Networks Inc.)

2. Accounting policies

Program exhibition rights

The program exhibition rights are acquired on a fixed or a variable cost basis. Rights acquired on a fixed cost basis are capitalized when the programs and the movies become available for exhibition. Rights acquired on a variable cost basis are not capitalized since the cost will be determined on a future number of subscribers.

The program exhibition rights are amortized over the availability period not exceeding a maximum period which depends on the type of program. The program exhibition rights are classified as short-term or long-term items, according to the amortization period.

Investment in Canadian film productions

Investments in Canadian film productions are recorded at net cost and amortized over three years using the decreasing rates of 60%, 24% and 16% from the time each production starts to generate revenues. Income from these investments is recorded as a reduction of cost.

Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost and depreciation is provided on the straight-line basis over seven years for furniture and fixtures, five years for electronic equipment, origination center and leasehold improvements and three years for computer equipment.

Deferred charges

Costs relating to the introduction of digital video compression are amortized on the straight-line basis over three years. The amortization is posted in technical expenses.

Licences, rights and subscribers

Licences, rights and subscribers are recorded at cost and amortized under the straight-line method over 40 years.

Other asset

Other asset represents start-up costs of the new "Infonie" multimedia service.

Earnings per share

Earnings per share are based on the weighted average number of shares outstanding during the year.

Fully diluted earnings per share

The fully diluted earnings per share is not materially different from the earnings per share and, accordingly, has not been presented.

3. Fixed assets

(in thousands of dollars)

	1996		1995	
	Cost	Accumulated depreciation	Net book value	Net book value
Furniture and fixtures	\$ 458	\$ 294	\$ 164	\$ 198
Electronic equipment	554	454	100	153
Origination center	3,575	1,480	2,095	1,366
Computer equipment	884	692	192	200
Leasehold improvements	175	53	122	122
	\$5,646	\$2,973	\$2,673	\$2,039

4. Licences, rights and subscribers

The activities of the Corporation are regulated by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) under the terms of the Broadcasting Act. The Corporation holds three licences. The first one for "Super Écran", a pay television service, expires on August 31, 2001; the second for "Canal Famille", a specialty television service, expires on August 31, 1999; the third for "Canal D", a specialty television service, expires on August 31, 1998.

(in thousands of dollars)

	1996	1995
Cost	\$7,500	\$7,500
Less:		
Accumulated amortization	1,047	859
	\$6,453	\$6,641

5. Capital stock

Authorized

Unlimited number of Class A voting shares of no par value, participating after redemption of Class C shares;

Unlimited number of Class B Series I voting shares of no par value, convertible into Class A shares, participating after redemption of Class C shares;

200,000 Class B Series II voting shares of no par value, convertible into Class A shares, participating after redemption of Class C shares;

2,250 Class C non-voting shares of no par value, redeemable in full or in part. The redemption price of each share is equal to the result obtained by dividing by the number of issued and outstanding Class C shares, the total of (i) the stated capital of the Class C shares; (ii) preferred dividends that the Corporation should pay to all Class A shareholders, less preferred dividends actually declared and paid by the Corporation as of the redemption date; and (iii) a premium calculated at an annual rate of 12% on the amount distributed to the revenue recipients of a trust which has been created to ensure a yield on dividends to Class A shareholders.

<i>Outstanding</i>	1996	1995
3,312,700 Class A shares (3,321,300 in 1995)	\$17,589,000	\$17,631,000

The Corporation has granted various stock options on Class A shares to certain officers. During the year, 1,000 Class A shares have been issued for \$8,870 following the exercise of such options. As at August 31, 1996, 33,000 stock options may be exercised at \$8.87 per share until July 5, 2000 and 50,000 stock options at \$18.69 per share until November 27, 2001 in annual cumulative increments of 20% of the aggregate number of options granted.

The Corporation may redeem, in the normal course of business, a maximum of 166,065 Class A shares until October 9, 1996. Under this redemption program, the Corporation has redeemed 9,600 Class A shares during the year for a total cash consideration of \$164,000 of which \$51,000 have been charged to capital stock. The excess of the purchase price over the average paid-up capital of the shares has been charged to retained earnings.

6. Commitments

The Corporation's premises are held under a long-term operating lease expiring in 2010, which provides for minimum rental payments totalling \$6,041,000 plus operating expenses. The Corporation is also committed until January 2001 for satellite broadcasting services for an amount of \$4,885,000. The estimated payments for each of the next five years, including operating expenses, are as follows:

1997	\$1,659,000
1998	\$1,686,000
1999	\$1,696,000
2000	\$1,712,000
2001	\$1,108,000

7. Related party transactions

In the ordinary course of business, the Corporation has acquired program exhibition rights from affiliated companies at prices and terms in accordance with normal trade practices. These transactions account for \$2,604,000 (\$2,388,000 in 1995) of the program exhibition rights charged to expense during the current year. Program exhibition rights payable at August 31, 1996 include \$954,000 (\$758,000 at August 31, 1995) payable to these companies.

The Corporation was also billed for general expenses by the parent company for \$766,000 (\$595,000 in 1995) and by affiliated companies for \$616,000 (\$608,000 in 1995). Trade accounts payable and accrued charges include \$278,000 due to these companies at August 31, 1996 (\$111,000 at August 31, 1995).

8. Statement of operations

(in thousands of dollars)

	1996	1995
Charges included in the statement of operations		
Amortization of investment in Canadian film productions	\$ 153	\$ 206
Depreciation on fixed assets	785	611
Amortization of deferred charges included in technical expenses	126	—
Amortization of other deferred charges	—	1,230
Amortization of licences, rights and subscribers	188	187
	\$1,252	\$2,234

9. Comparative figures

Previous year's figures, given for comparison purposes, have been reclassified to conform with the financial statement presentation adopted for 1996.

(in thousands of dollars, except per-share amounts)	1996	Years ended August 31,		Seven-month period ended August 31,	Year ended January 31,
		1995	1994	1993	1993
Revenue	\$50,548	\$43,487	\$33,968	\$19,395	\$32,004
Direct costs					
Program exhibition rights	28,940	23,088	18,451	10,854	17,587
Programming expenses	1,145	933	642	326	537
Technical expenses	4,176	4,916	4,183	2,349	3,710
Other costs	—	—	605	358	547
	34,261	28,937	23,881	13,887	22,381
Gross profit	16,287	14,550	10,087	5,508	9,623
General expenses					
Advertising and promotion	3,314	3,162	2,457	1,290	2,459
Administrative expenses	3,243	2,859	2,234	1,330	2,229
Financial expenses	—	—	—	8	26
	6,557	6,021	4,691	2,628	4,714
Income before the following items	9,730	8,529	5,396	2,880	4,909
Interest income	755	609	479	238	347
Amortization of deferred charges	—	(1,230)	—	—	—
Income from operations	10,485	7,908	5,875	3,118	5,256
Income taxes					
Payable	3,780	3,200	2,205	1,257	2,269
Deferred	220	(200)	30	(80)	(330)
	4,000	3,000	2,235	1,177	1,939
Net income	\$ 6,485	\$ 4,908	\$ 3,640	\$ 1,941	\$ 3,317
Earnings per share	\$ 1.96	\$ 1.47	\$ 1.07	\$ 0.57	\$ 0.97
Weighted average number of shares outstanding	3,313,200	3,348,077	3,414,381	3,415,000	3,411,250



RAPPORT

ANNUEL

1996

LES RÉSEAUX
PREMIER CHOIX

Spécialisée en programmation
télévisuelle, Les Réseaux Premier
Choix inc. est le chef de file canadien
de la télédiffusion de services
spécialisés en langue française.
Inscrite à la Bourse de Montréal
depuis 1985, la Société exploite
actuellement trois chaînes :
Super Écran, Canal Famille
et Canal D, dont les émissions sont
diffusées au Québec, en Ontario
et au Nouveau-Brunswick.

TABLE DES MATIÈRES

Points saillants financiers	1
Informations boursières	2
Message aux actionnaires	3
Revue des activités	
Canal Famille	7
Canal D	9
Super Écran	12
Analyse des résultats d'exploitation et de la situation financière et commentaires de la direction	15
Administrateurs et dirigeants	19
Rapport des vérificateurs	20
États financiers	21
Notes complémentaires	24
Résultats comparatifs des cinq derniers exercices	26

ASSEMBLÉE ANNUELLE DES ACTIONNAIRES
LE 17 JANVIER 1997 À 10 HEURES
AU CLUB SAINT-DENIS
257, RUE SHERBROOKE EST
MONTRÉAL (QUÉBEC)

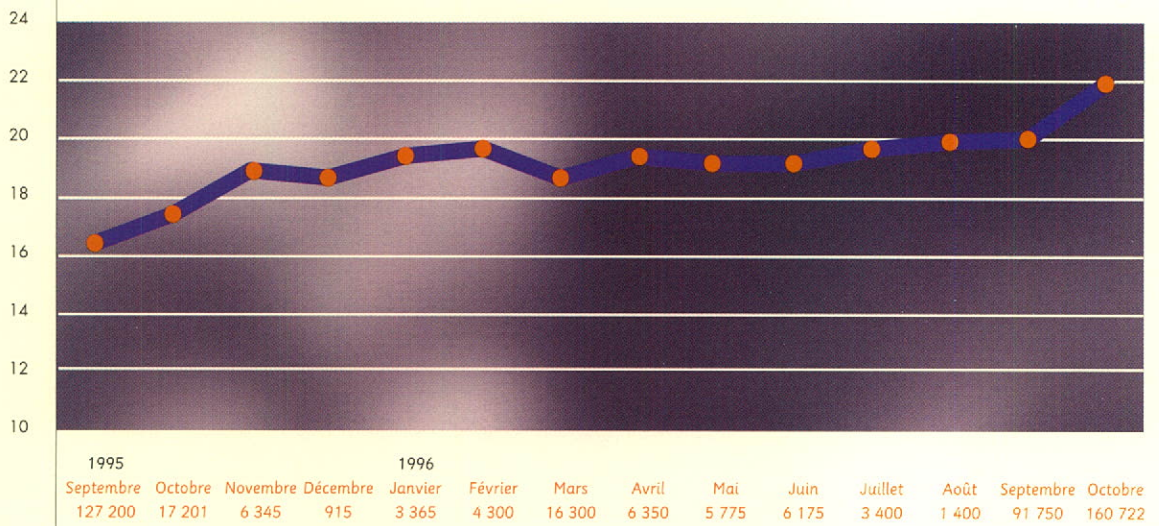
Les Réseaux Premier Choix inc.
Membre du Groupe Astral Communications Inc.

	Exercices terminés le 31 août			Exercice de sept mois terminé le 31 août	Exercice terminé le 31 janvier
	1996	1995	1994	1993	1993
(en milliers de dollars, sauf pour les données par action et les ratios)					
Exploitation					
Revenus	50 548 \$	43 487 \$	33 968 \$	19 395 \$	32 004 \$
Bénéfice brut	16 287	14 550	10 087	5 508	9 623
Bénéfice d'exploitation	10 485	7 908	5 875	3 118	5 256
Bénéfice net	6 485	4 908	3 640	1 941	3 317
Fonds autogénérés	7 957 \$	6 942 \$	4 744 \$	2 661 \$	4 619 \$
Situation financière					
Fonds de roulement	21 663 \$	16 603 \$	15 039 \$	12 319 \$	10 974 \$
Actif total	44 023	38 312	31 465	29 247	29 249
Endettement à long terme	—	—	—	—	—
Avoir des actionnaires	32 572	27 236	24 127	21 355	20 097
Par action					
Bénéfice net	1,96	1,47	1,07	0,57	0,97
Fonds autogénérés	2,40	2,07	1,39	0,78	1,35
Avoir des actionnaires	9,83 \$	8,20 \$	7,11 \$	6,25 \$	5,89 \$
Nombre moyen d'actions en circulation	3 313 200	3 348 077	3 414 381	3 415 000	3 411 250
Principaux ratios					
Marge brute	32,2 %	33,5 %	29,7 %	28,4 %	30,1 %
Marge d'exploitation	20,7	18,2	17,3	16,1	16,4
Marge bénéficiaire nette	12,8	11,3	10,7	10,0	10,4
Ratio du fonds de roulement	2,90:1	2,50:1	3,06:1	2,56:1	2,21:1
Endettement à long terme	— %	— %	— %	— %	— %
Abonnés en fin d'exercice :					
Super Écran	227 448	215 529	214 274	202 271	215 403
Canal Famille	1 821 369	1 822 245	1 784 870	1 730 963	1 734 672
Canal D	1 723 141	1 619 048	—	—	—

Cours de l'action votante catégorie A

Montréal

Volume



- Actions ordinaires catégorie A (PCT.A)
- Haut et bas de l'action du 31 août 1995 au 31 août 1996 : 20,00 \$ — 15,75 \$
- Volume des transactions du 31 août 1995 au 31 août 1996 : 198 726 actions
- Dividendes/action ordinaire catégorie A : 0,30 \$
- Ratio cours/bénéfice : 10,2:1
- Rendement boursier : 1,5 %
- Nombre d'actions catégorie A en circulation (le 31 octobre 1996) : 3 317 700
- Cours au 31 octobre 1996 : 22 \$
- Ratio cours/valeur comptable au 31 octobre 1996 : 2,18:1

Au cours du dernier exercice financier Premier Choix : TVEC inc. s'est dotée d'un nouveau nom qui, tout à la fois, traduit une réalité et constitue un programme pour l'avenir : Les Réseaux Premier Choix inc.

L'année fut aussi tristement marquée par le décès du président de notre Conseil d'administration, monsieur Harold Greenberg. Harold a été une des figures de proue de l'industrie canadienne de production et de télédiffusion. Il a notamment joué un rôle central et décisif dans le redressement de la situation de la télévision payante au Canada, dont le démarrage s'était effectué dans un contexte de crise qui menaçait la survie même de ce secteur du système canadien de radio-diffusion. Son appui indéfectible aux initiatives ultérieures de Les Réseaux Premier Choix inc., qu'il s'agisse du lancement de Canal Famille et de Canal D, son expertise de gestion et ses qualités de visionnaire ont largement contribué au succès que connaît aujourd'hui notre entreprise. Pour tout cela, les membres du Conseil d'administration, mon équipe et moi-même voulons une dernière fois lui rendre hommage.

Les Réseaux Premier Choix inc. poursuivra son développement et sa diversification sous la présidence de Monsieur André Bureau. M. Bureau, nouvellement élu au poste de président du Conseil d'administration, est membre du Conseil d'administration depuis déjà six ans. Son dynamisme et sa vaste expérience constituent autant de gages de succès pour l'avenir. Nous nous en réjouissons et lui souhaitons la plus franche bienvenue à la barre du Conseil.

Une année de forte croissance des résultats

Les résultats de l'exercice 1995-1996 démontrent une forte croissance du bénéfice d'exploitation (+32,6 %) et des revenus (+16,2 %), imputables notamment à la brillante performance de nos trois chaînes et à notre décision d'utiliser la compression vidéo numérique (CVN) qui a contribué à la réduction de nos coûts de transmission satellitaire. Ces résultats ont permis d'augmenter le bénéfice par action en circulation à 1,96 \$ comparativement à 1,47 \$ l'an dernier, d'accroître les fonds autogénérés de 14,6 %, l'actif total de l'entreprise de 14,9 %, l'avoir des actionnaires de 19,6 % et le fonds de roulement de 30,5 %.

Tous les services de Les Réseaux Premier Choix inc. ont contribué au succès de l'entreprise. Canal Famille, Canal D et Super Écran ont réussi, selon BBM, à accaparer 60 % de l'écoute totale des huit chaînes spécialisées et de télévision payante de langue française au Québec. Chacun d'entre eux a consolidé sa position en termes de part de marché et d'écoute et tous ont fait des progrès en termes de reconnaissance médiatique et d'appui du public. Les émissions originales canadiennes à l'antenne de l'un ou l'autre de nos trois services ont notamment mérité 20 nominations et 7 prix lors du Gala des Gémeaux, édition 1996.



INFONIE

Ces résultats très positifs reflètent l'excellence de la programmation. Une programmation à laquelle nombre de fonds privés et publics n'hésitent pas à s'associer avec enthousiasme : Fonds de production des câblodistributeurs, Fonds documentaire de Rogers, Fonds Maclean Hunter, Fonds de télévision pour enfants de Shaw, Fonds de Téléfilm Canada. Une programmation élaborée et assemblée par une équipe compétente, dynamique et imaginative qui peut s'appuyer sur le travail incessant de notre service interne de recherche visant à mieux cibler les publics de chacune des chaînes, à se doter d'instruments de mesure de l'appréciation des différents segments de notre programmation et à approfondir notre connaissance des attentes des téléspectateurs. Cette démarche témoigne de notre souci permanent de répondre aux besoins des consommateurs, tout en continuant de miser sur la qualité, la créativité et l'originalité.

Fidèle à sa volonté d'offrir aux auditoires francophones de ce pays des services de haute qualité, compétitifs et rentables, tout en tirant un parti optimal des progrès technologiques, Les Réseaux Premier Choix inc. a procédé cette année à la compression vidéo numérique de ses trois signaux; ce qui lui a permis de réaliser des économies appréciables en termes de coûts de transmission au satellite. Nous avons aussi amorcé des démarches pour obtenir des licences nationales pour nos trois services qui, pour l'instant, ne disposent que de

licences régionales (Est du Canada). Cette double initiative nous permettra de profiter des possibilités d'élargir nos auditoires qu'offriront bientôt de nouveaux types d'entreprises de distribution de radio-diffusion (SRD, SCML, téléphonie...) et l'introduction progressive de décodeurs numériques adressables dans l'industrie de la câblodistribution.

Diversification et croissance future : Infonie Canada

Au cours de l'année qui vient, Les Réseaux Premier Choix inc. entend mettre à profit l'expertise acquise dans la gestion, la programmation et la mise en marché de services spécialisés et de télévision payante, pour aborder un nouveau secteur offrant un potentiel de croissance sans équivalent : celui de l'infomarché et des services multimédia en ligne.

Les Réseaux Premier Choix inc. planifie à cet effet un important investissement stratégique dans Infonie Canada, une société dont il sera l'actionnaire de contrôle, en plus d'être l'opérateur du service multimédia en ligne grand public et entièrement de langue française qu'elle proposera : Infonie.

Infonie, dont le pré-lancement est prévu pour le printemps 1997 et le lancement à l'automne de la même année, offrira aux familles équipées d'un micro-ordinateur des contenus multimédia éducatifs et divertissants exclusifs, qui seront spécifiquement adaptés aux attentes des Québécois et qui présenteront des interfaces graphiques de la qualité de celle qu'offrent actuellement les cédéroms.



Distribué par modem-câble ou par modem téléphonique, Infonie proposera dix sources interactives de contenu et sera une nouvelle manière plus conviviale, plus rapide et plus attrayante de naviguer sur un réseau multimédia en ligne, tout en offrant une passerelle d'accès à *Internet*.

Ce nouveau produit à valeur ajoutée et extrêmement prometteur pourrait avoir sur la pénétration des câble-modems la même incidence que Super Écran a eu sur la pénétration du décodeur Vidéoway; c'est-à-dire en constituer l'application locomotive. Il devrait permettre à notre entreprise de diversifier ses activités et d'entrer de plain-pied dans l'ère nouvelle de l'autoroute de l'information, en y transposant le souci de proposer des services qui répondent véritablement aux besoins des consommateurs qui caractérise son action dans le secteur de la télédiffusion.

En terminant je voudrais remercier tous les directeurs et employés, tous les membres du Conseil d'administration et actionnaires, ainsi que tous les partenaires créatifs et commerciaux de Les Réseaux Premier Choix inc. pour leur collaboration et leur appui actif à notre entreprise. Avec un tel support, nul doute que Les Réseaux Premier Choix inc. pourra poursuivre sur sa lancée et atteindre de nouveaux sommets au cours des années qui viennent.

Le président et chef de la direction,

Pierre Roy

De gauche à droite en débutant par le haut :

IAN GREENBERG

Vice-président du Conseil de la Société, président et chef de la direction, Astral Communications inc.

ANDRÉ BUREAU

Président du Conseil de la Société, président, chef de la direction et vice-président du Conseil, Le Groupe de radiodiffusion Astral inc.

PIERRE ROY

Président et chef de la direction

JOHANNE SAINT-LAURENT

Vice-présidente, administration et finances

ROBERT LAPOINTE

Vice-président, programmation — Super Écran

ANDRÉANNE BOURNIVAL

Vice-présidente, programmation — Canal D

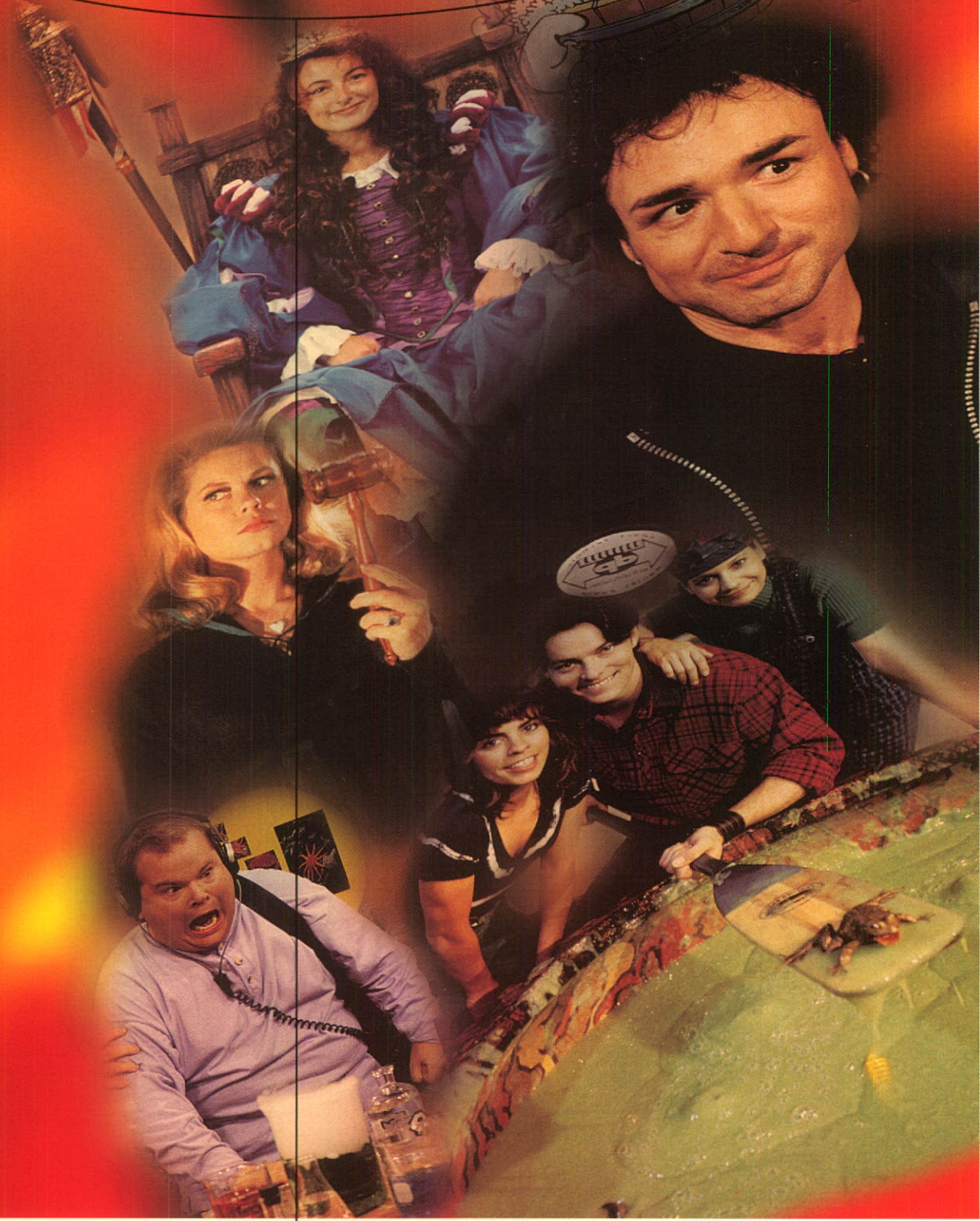
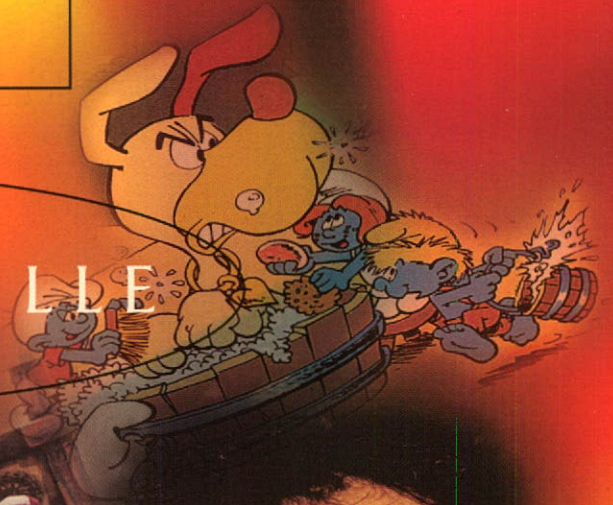
MONIC LESSARD

Vice-présidente, programmation — Canal Famille

LUCIE DRAPEAU

Vice-présidente, marketing

CANAL FAMILLE





Canal Famille est le leader parmi les services spécialisés francophones, avec une portée de plus d'un million de téléspectateurs et une part de marché de 2,6 % à l'automne 1995 et de 3,6 % à l'été 1996.

Au cours du dernier exercice, Canal Famille a procédé à une triple démarche : d'une part, nous avons donné plus de maturité à notre programmation et à notre image-réseau de façon à mieux rejoindre cette partie de notre public cible, les 10-14 ans; d'autre part, nous avons voulu conférer toute sa plénitude de sens à notre slogan « la télé des jeunes », en faisant en sorte que l'on voit de plus en plus de jeunes à l'écran de Canal Famille : des jeunes qui jouent, rient, explorent et réalisent des projets; en outre et enfin, nous avons soumis notre service à une cure de jeunesse en renouvelant la signature et l'imagerie en ondes de Canal Famille.

L'opération fut couronnée de succès puisque la chaîne a connu une poussée majeure en 1995-1996, qui s'est traduite, entre autres, par une percée auprès des adolescents. C'est ainsi que sa part de marché auprès des 12-17 ans est passée de 2,1 % au printemps 1995 à 4,4 %

au printemps 1996; et ce, sans que ses parts de marché auprès des enfants d'autres catégories d'âge en souffrent. Par ailleurs, la présentation de séries culte destinées à toute la famille, comme

Denis la petite peste ou *Ma sorcière bien-aimée*, ont également contribué à approfondir sa présence et sa notoriété auprès des auditoires familiaux.

La télévision des jeunes !

L'année 1996 fut également faste en termes d'heures de productions originales : plus de 180 heures réparties de façon équitable selon les groupes cibles. Ainsi les 3-5 ans ont particulièrement apprécié *Anne la banane* et *Théodore Remorqueur*, les 6-9 ans ont été friands des jeux fous de *Les Zigotos* et des nouvelles aventures de *Spirow*; les 9-12 ans ont été fidèles au rendez-vous de leur magazine fétiche *Télé-Pirate*. Enfin, les 10-14 ans, ont continué d'apprécier *Shlak*, tout en réagissant très positivement aux nouvelles émissions que nous leur destinions : *Le Studio techno*, *Hartley*, *Cœurs à vif* et, tout particulièrement, *Radio-Enfer*, sans conteste l'émission qui a été la plus populaire auprès de ce groupe d'âge et qui nous a valu une large reconnaissance dans le milieu.



Nos exigences de qualité élevées, l'absence de tout sexisme, racisme ou violence dans notre programmation, notre souci constant de la qualité de la langue ainsi que la vision positive que nous projetons des jeunes ont d'ailleurs continué de nous valoir des commentaires élogieux de la part des abonnés, des parents et des éducateurs.

Fait exceptionnel, *toutes* les émissions originales canadiennes qui étaient à l'antenne de Canal Famille se sont retrouvées sur la liste des nominations aux Prix Gémeaux. Canal Famille a obtenu 18 nominations (comparativement à 11 la saison dernière) et a mérité 5 Prix Gémeaux — un record — pour autant de séries différentes, soit : *Télé-Pirate*, *Les Zigotos*, *Radio-Enfer*, *La Princesse astronaute* et *Spirou*. Trois de ces émissions ont aussi mérité un prix d'excellence décerné par l'Alliance pour l'enfant et la télévision.

Cette reconnaissance de la qualité de nos émissions originales de la part des milieux télévisuels et éducatifs nous a valu une belle couverture médiatique. Elle est d'autant plus appréciée qu'elle confirme le jugement porté par les jeunes eux-mêmes, dont la fidélité à Canal Famille ne s'est jamais démentie et qui ont répondu plus que jamais à nos initiatives de promotion ou de publicité sociétale : plus de 123 000 jeunes ont participé au

concours « À la recherche de Jeff » et notre vidéo d'information sur la sécurité lors de la fête de l'Halloween a été distribuée dans 800 écoles au Québec.

Canal Famille a aussi développé un magazine, *Génération W*, qui tient compte d'une des dimensions les plus actuelles de la réalité des jeunes en visant à apprivoiser, décoder et donner le goût d'explorer l'univers du multimédia. Nous avons également créé un créneau frisson le vendredi soir à l'intention des plus âgés.

Au cours de l'année qui vient, Canal Famille entend confirmer et consolider sa percée auprès du public adolescent tout en développant un nouveau concept à l'intention des 3-5 ans : *Pin-Pon*, qui se différenciera des émissions d'animation ou avec marionnettes, qui sera chaleureuse et misera sur un rapport direct et intimiste avec les tout-petits.

Dans l'ensemble de sa programmation, Canal Famille a la ferme intention de continuer de valoriser le fait d'être jeune, de donner de l'espoir et de proposer des modèles stimulants de jeunes qui réalisent leurs rêves.



Après une période de lancement aux résultats exceptionnels — qui confirmait la pertinence du concept de la chaîne et sa capacité de combler les attentes insatisfaites d'une portion des téléspectateurs québécois — l'année 1995-1996 de Canal D en fut une de consolidation, qui lui a notamment permis de renforcer la fidélité de ses téléspectateurs et d'augmenter sa notoriété et ses appuis au sein des médias.

Canal D a pu ainsi confirmer son ascendant auprès d'une part grandissante de téléspectateurs québécois. Sa part de marché n'a cessé de s'accroître : elle est passée de 1,0 % à l'automne 1995, à 1,3 % au printemps 1996 et à 1,6 % à l'été 1996. Sa portée atteint maintenant près de un million de téléspectateurs.

Sa programmation composée principalement de documentaires, de séries culte et de cinéma lui a permis de combler un besoin et de faire une percée auprès d'une clientèle moins avide de télévision et insatisfaite de l'offre de programmation de langue française à laquelle elle pouvait avoir accès dans ces créneaux spécifiques. Cela est particulièrement vrai de la clientèle masculine adulte, qui représentait, au printemps 1996, 57 % de l'écoute de Canal D, comparativement à 44 % seulement de l'écoute télévisuelle globale au Québec. Canal D est aussi particulièrement populaire auprès du groupe cible des 25-49 ans.

Au cours de l'exercice 1995-1996, Canal D a présenté plus de mille heures de nouvelle programmation; environ un tiers de programmation canadienne (dont 125 heures d'émissions originales en première diffusion), un tiers de contenu américain adapté en français et un tiers de contenu en provenance d'Europe et d'ailleurs.

Parmi les grandes séries documentaires qui ont été présentées, les plus populaires ont été *Mondes et Mystères*, *On a marché sur la terre*, *Biographies*, *Les Grands Crimes du XXe siècle*, *Le Goût du monde* et *Archéologies*. Plusieurs émissions spéciales ou mini-séries canadiennes ont également été présentées avec succès : le long métrage documentaire *L'aventure des Compagnons de Saint-Laurent*; une série de cinq heures sur la participation canadienne à la Seconde Guerre Mondiale intitulée *Le prix de la liberté*; une série de six spectacles enregistrés lors du *Festival international de Jazz de Montréal*; un documentaire biographique sur *Jean Grimaldi* qui constitue le pilote d'une série de 10 émissions sur des personnalités qui ont marqué la culture québécoise; un spécial d'une heure avec *Claude Gauthier*, première d'une série de 10 émissions qui feront revivre « La mémoire des boîtes à chansons »; *Venise, la route du verre et du miroir*, pilote d'une série de 13 heures sur « Les plus belles routes du monde » qui sera diffusée en 1998.



Pour célébrer son premier anniversaire, Canal D a présenté pendant 10 jours une programmation recensant « Les meilleurs moments de Canal D ». Efficacement publicisé, cet événement spécial a contribué à raviver l'intérêt pour notre service et à attirer l'attention des médias. Canal D a aussi voulu se rapprocher de l'actualité en présentant, par exemple, un documentaire biographique sur Jeanne Moreau ainsi que son tout premier long métrage, *Les Amants*, au moment où celle-ci présidait le jury du Festival des Films du Monde de Montréal, ou encore un documentaire historique sur le Saguenay-Lac St-Jean, *Le combat d'Onésime Tremblay*, peu de temps après les tragiques événements qui ont frappé cette région.

Au cours de l'exercice 1995-1996, Canal D a réussi à développer des partenariats fructueux avec des diffuseurs canadiens (Discovery Canada, SRC) et étrangers (la Cinquième chaîne en France et, bien sûr, A&E). C'est en outre un projet destiné à l'antenne de Canal D qui a été le seul documentaire de langue française à recevoir une contribution à hauteur de 500 000 \$ de la part du nouveau Fonds documentaire de Rogers.



La télévision de la découverte !

Au cours de la prochaine année, certains des pilotes qui ont été conçus, produits et testés auprès du public cette année seront développés sous forme de série, ce qui nous permettra d'enrichir la programmation canadienne originale à l'antenne de Canal D. Au moins deux nouvelles séries canadiennes originales en première diffusion seront présentées :

Des crimes et des hommes (13 heures) et

La mémoire des boîtes à chansons (10 heures). De nouvelles séries en provenance de A&E et des émissions spéciales de prestige — canadiennes et étrangères — sont également prévues.

Enfin, Canal D entend continuer d'approfondir ses partenariats avec les producteurs indépendants comme avec d'autres diffuseurs canadiens et étrangers, et d'inscrire chaque mois à son antenne des nouveautés qui feront parler de Canal D, le rapprocheront de ses auditoires et, autant que possible, de l'actualité.

CANAL D





Super Écran est le seul service de télévision payante de langue française en Amérique. En dépit du fait qu'il soit offert aux abonnés sur une base entièrement discrétionnaire, il se classe au second rang, immédiatement après Canal Famille, en termes de part du marché francophone parmi les huit services spécialisés ou de télévision payante de langue française.

Au chapitre de la satisfaction, les abonnés de Super Écran lui ont accordé, en 1995-1996, une note de 80 %. Les éléments de programmation qui les rejoignent davantage sont le nombre de films famille, les émissions et les films pour enfants, de même que les spectacles exclusifs.

Super Écran s'était fixé pour objectif en 1995-1996 d'accroître son nombre d'abonnés de 5 %. Mission accomplie : au 31 août 1996, Super Écran comptait plus de 227 000 abonnés, une progression de 5,5 % par rapport au résultat de l'an dernier à pareille date (215 000 abonnés). Cette croissance a été rendue possible par une adaptation de notre programmation aux attentes des téléspectateurs et par des efforts soutenus et plus diversifiés en termes de marketing.



En ce qui a trait à la programmation, nous avons mis l'accent sur celle qui s'adresse à toute la famille, conformément au souhait exprimé par nos abonnés.

Ainsi nous avons programmé au cours de la période des Fêtes « Les matinées de Noël », une sélection de films comme *Casper*, *Le livre de la jungle*, *Richie Rich*, *Mon ami Willy 2* et nous avons développé le concept de « La méchante veillée », une nuit de programmation pour adolescents.

Dans l'ensemble, les abonnés à Super Écran ont pu visionner 376 longs métrages différents, dont 60 % en provenance des États-Unis, 22 % du Canada, 11 % de la France et 7 % d'ailleurs dans le monde. Parmi les grands succès de l'année, mentionnons *Forrest Gump*, *La cloche et l'idiot*, *Harcèlement*, *Un monde sans terre* et *Apollo 13*, sans oublier les films canadiens et québécois comme *Exotica* d'Atom Egoyan et *Eldorado* de Charles Binamé. Nous avons également présenté 13 spectacles de variétés en primeur, consacrés notamment à Claudine Mercier, au magicien Alain Choquette, au chanteur Mario Pelchat et à l'imitateur-humoriste André-Philippe Gagnon. Ce dernier spectacle a d'ailleurs mérité deux Prix Gémeaux (meilleure réalisation et meilleure interprétation). Enfin, Super Écran a contribué sous forme

SUPER ÉCRAN



d'investissement à la réalisation du long métrage québécois *L'Homme idéal*.

Au plan du marketing, Super Écran a reconduit son opération « Grand Débrouillage » en septembre 1995, ce qui lui a permis de séduire 11 200 nouveaux abonnés. Nous avons par ailleurs accru nos opérations de promotion et de marketing, en association avec une gamme diversifiée de partenaires, dont Chevrolet, Télémedia, Les Expos de Montréal, Météomédia et Le Journal de Montréal. Plusieurs concours et offensives concentrés sur des marchés ciblés ont été organisés. Soulignons que notre campagne de publi-postage de la période des Fêtes 1995 a mérité un prestigieux prix *Mark Award*, décerné par Cable Television Association of Marketing — qui regroupe des câblodistributeurs des deux Amériques, de l'Europe et de l'Asie — pour récompenser les réalisations de marketing les plus innovatrices et les plus efficaces dans l'industrie de la télévision par câble.

Super Écran a continué de travailler en étroite collaboration avec ses partenaires câblodistributeurs dans le but de réduire le piratage qui, dans certaines régions du Québec, demeure élevé et freine la progression de nos abonnements. À cet égard, la décision de CF Cable d'introduire des décodeurs VidéoWay dans ses systèmes à Montréal, aura, sans aucun doute, des répercussions bénéfiques pour Super Écran.

Cette année encore, Super Écran a contribué au sous-titrage codé de 74 films au bénéfice des personnes malentendantes et a continué de soutenir le développement de longs métrages canadiens en contribuant au financement de 9 scénarios. Super Écran a aussi innové en versant une subvention de 50 000 \$ à l'Institut national de l'image et du son (INIS) pour soutenir ses activités de formation de scénaristes.

Au cours de l'année qui vient Super Écran entend continuer d'affiner ses stratégies de promotion et de marketing tout en offrant à ses abonnés une gamme toujours aussi diversifiée de longs métrages et de spectacles de variétés en mesure de répondre aux attentes de tous les membres de la famille.

Résultats d'exploitation

Les revenus d'exploitation de Les Réseaux Premier Choix inc. ont progressé de 16,2 %, passant de 43,5 millions \$ en 1995 à 50,6 millions \$ en 1996. Plus de 75 % de cette augmentation provient de Canal D qui fut en exploitation pendant toute l'année en 1996 comparativement à huit mois seulement en 1995 et qui a, en outre, connu un accroissement de 6,3 % de son nombre d'abonnés au cours de l'exercice 1995-1996.

Les abonnements à Super Écran sont en hausse de 5,5 % et atteignaient 227 448 abonnés au 31 août 1996, comparativement à 215 529 abonnés au 31 août 1995. Le nombre d'abonnés à Canal Famille est pour sa part demeuré stable. Depuis septembre 1996, quelques câblodistributeurs offrent Canal Famille sur un volet étagé plutôt qu'au service de base. Le taux de pénétration dans ces systèmes atteint une moyenne de 85 % mais les revenus totaux n'en sont pas affectés, puisque des ententes avec ces câblodistributeurs garantissent un niveau de revenus équivalent à 100 % des abonnés au service de base.

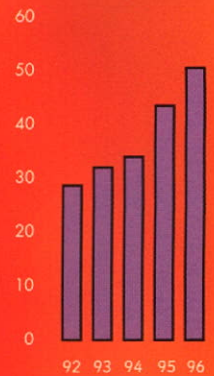
Les coûts directs ont augmenté de 18,4 %, comparativement à 21,4 % l'an dernier. Cette situation a été influencée par deux facteurs principaux.

L'implantation de la compression vidéo numérique (CVN) a contribué à réduire la progression des coûts directs par rapport à l'an dernier. Les coûts de transmission de Canal Famille et de Super Écran ont en effet diminué de façon importante depuis l'implantation de la CVN en février 1996; Canal D bénéficiant déjà, depuis son lancement, d'un tarif privilégié même si la technologie n'était pas implantée. L'effet global de l'implantation de la CVN procure une économie annuelle des frais de transmission des signaux de l'ordre de 1,7 million \$.

Les coûts de droits de diffusion pour Canal D ont par ailleurs augmenté de façon substantielle par rapport à l'exercice précédent; augmentation que nous avons déjà annoncée dans le rapport de l'an dernier et qui était nécessaire pour enrichir la banque d'émissions de Canal D et diversifier son offre de programmation. Après un an et demi d'existence, Canal D a atteint un rythme de croisière et le renouvellement de ses émissions devrait désormais se faire sans incidences majeures. Pour ce qui est de Super Écran, l'augmentation des coûts de droits de diffusion est normale et reflète tout simplement l'accroissement du nombre d'abonnés.

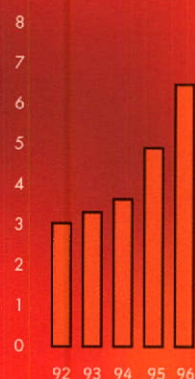
Les frais généraux représentent 13 % des revenus, comparativement à 13,7 % l'an dernier. Ils se chiffrent à 6,6 millions \$.

Revenus d'exploitation
(en millions de dollars)



Bénéfice net

(en millions de dollars)



Le bénéfice d'exploitation s'élève à 10,5 millions \$, une progression de 32,6 % par rapport à l'an dernier où il était de 7,9 millions \$. Le bénéfice net s'est établi à 6,5 millions \$, en progression de 32,1 % sur celui de l'exercice antérieur qui était de 4,9 millions \$. Le bénéfice net par action a pour sa part connu une croissance de 33,3 %, passant de 1,47 \$ à 1,96 \$.

Le nombre moyen d'actions catégorie A en circulation était de 3 313 200 au 31 août 1996, comparativement à 3 348 077 au cours de l'exercice précédent. Un programme de rachat d'actions dans le cours normal des affaires était en vigueur au cours de l'exercice. Un total de 9 600 actions ont alors été rachetées. Au cours de l'exercice, 1 000 nouvelles actions ont été émises suite à l'exercice d'une option d'achat d'actions par un dirigeant de la Société.

Compte tenu des différents facteurs énumérés précédemment, la marge nette dégagée de l'entreprise est de 12,8 % alors qu'elle était de 11,3 % l'an dernier.

(en milliers de dollars, sauf pour les données par action)	Pour les exercices terminés le 31 août		
	1996	1995	Écart
Revenus	50 548 \$	43 487 \$	+16,2 %
Bénéfice brut	16 287 \$	14 550 \$	+11,9 %
Bénéfice d'exploitation	10 485 \$	7 908 \$	+32,6 %
Bénéfice net	6 485 \$	4 908 \$	+32,1 %
Bénéfice net par action	1,96 \$	1,47 \$	+33,3 %

Liquidités, ressources en capital et situation financière

Au cours de l'exercice 1996, les fonds autogénérés se sont élevés à 8,0 millions \$, en hausse de 14,6 % par rapport à l'exercice précédent. Ils représentent 2,40 \$ par action comparativement à 2,07 \$ l'an dernier. La hausse est directement attribuable à la croissance du bénéfice net. Les fonds autogénérés ont été utilisés principalement à l'acquisition d'immobilisations, au paiement de dividendes, au développement du service Infonie ainsi qu'à couvrir les frais reliés à l'introduction de la compression vidéo numérique.

Le fonds de roulement a pour sa part augmenté de 30,5 %, atteignant 21,7 millions \$ alors qu'il était de 16,6 millions \$ l'an dernier. L'actif total s'est accru de 14,9 %, passant de 38,3 millions \$ à 44,0 millions \$ au 31 août 1996. L'avoir des actionnaires a aussi progressé de 19,6 % pour atteindre 32,6 millions \$ comparativement à 27,2 millions \$ au 31 août 1995. Cette hausse est attribuable à l'augmentation des bénéfices non répartis.

Pour les exercices terminés le 31 août

(en milliers de dollars, sauf pour les données par action)	1996	1995	Écart
Fonds autogénérés	7 957 \$	6 942 \$	+14,6 %
Fonds autogénérés par action	2,40 \$	2,07 \$	+15,9 %
Fonds de roulement	21 663 \$	16 603 \$	+30,5 %
Ratio du fonds de roulement	2,90:1	2,50:1	+16,0 %
Dette à long terme	—	—	—
Avoir des actionnaires	32 572 \$	27 236 \$	+19,6 %
Valeur comptable par action	9,83 \$	8,20 \$	+19,9 %
Actif total	44 023 \$	38 312 \$	+14,9 %

Il n'y a pas eu de modification majeure au cours de la dernière année financière en ce qui a trait à la structure du capital. La Société a annoncé un programme de rachat d'actions dans le cours normal de ses activités, visant un maximum de 5 % des actions en circulation ou 165 885 actions de catégorie A. Le programme a débuté le 10 octobre 1996 et se terminera au plus tard le 9 octobre 1997.

En 1996, Les Réseaux Premier Choix inc. a versé 994 000 \$ sous forme de dividendes à ses actionnaires, ce qui représente un dividende par action de 0,30 \$, alors que l'an dernier le dividende versé était de 0,22 \$ par action.

Commentaires de la direction

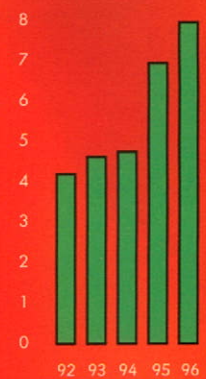
L'analyse des résultats d'exploitation de Les Réseaux Premier Choix inc. indique que ceux-ci sont en forte croissance et que la situation financière de l'entreprise est saine : la Société n'a pas de dette à long terme et dispose d'un niveau de liquidités et de ressources en capital très satisfaisant.

Cette situation lui permet de faire face aisément à ses dépenses de fonctionnement et d'immobilisations et de disposer de la souplesse et de la marge de manœuvre financière nécessaires pour initier de nouveaux projets et diversifier ses opérations.

Pour l'exercice 1997, Les Réseaux Premier Choix inc. entend maintenir le cap sur la croissance, d'abord par le biais de ses services actuels : Canal Famille, Canal D et Super Écran. À cet égard, nous anticipons une hausse du volume d'affaires d'environ 4 %, couplée au plein bénéfice (sur une période de 12 mois) des retombées de l'implantation de la CVN.

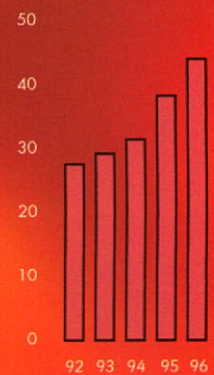
Fonds autogénérés

(en millions de dollars)



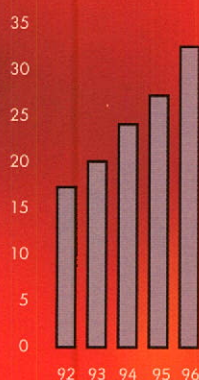
Actif total

(en millions de dollars)



Avoir des actionnaires

(en millions de dollars)



L'implantation de la CVN, l'obtention de licences nationales pour nos services et l'arrivée sur le marché de nouvelles entreprises de distribution par SRD, devraient notamment contribuer à élargir notre base d'abonnés. Cet élargissement se fera toutefois lentement et progressivement et pourrait ne commencer à se concrétiser vraiment qu'à compter de 1998. Les prévisions concernant le nombre d'abonnés à la distribution par SRD demeurent en effet modestes à sa phase d'implantation; celle-ci ne pouvant peut-être s'amorcer qu'à compter de septembre 1997.

La Société a par ailleurs l'intention d'investir dans un projet d'envergure : Infonie Canada. Elle veut ainsi saisir l'opportunité de transposer son expertise en programmation télévisuelle et sa profonde connaissance du marché québécois dans l'univers de l'inforoute et des services multimédia en ligne. Elle sera ainsi en mesure de se positionner dans la nouvelle économie numérique et de se doter d'avantages concurrentiels importants dans la perspective de l'explosion du multimédia et de la convergence télévision/micro-ordinateur.

Enfin, Les Réseaux Premier Choix inc. compte intervenir énergiquement, avec l'ensemble de ses partenaires de l'industrie de la radiodiffusion de langue française ainsi qu'avec l'appui de la ministre du Patrimoine canadien et de la ministre de la Culture et des Communications du Québec, pour faire amender le projet de loi C-216 actuellement à l'étude devant le Comité sénatorial sur le transport et les communications. Ce projet de loi, qui visait à l'origine à interdire la pratique de l'abonnement par défaut, est libellé dans des termes si généraux et si confus qu'il pourrait, s'il était adopté tel quel, compromettre le potentiel de développement et de croissance de tous les services spécialisés de langue française, tout en provoquant des effets pervers désastreux pour les consommateurs francophones. Nous estimons avoir des chances plus que raisonnables d'obtenir gain de cause.

Les Réseaux Premier Choix inc. aborde donc l'avenir avec confiance et avec une profonde détermination à réaliser sa mission tout en continuant à assurer l'enrichissement de ses actionnaires.

Membres du Conseil d'administration**ANDRÉ BUREAU †**

Président du Conseil de la Société, président, chef de la direction et vice-président du Conseil Le Groupe de radiodiffusion Astral inc.

CHARLES DENIS

Administrateur

IAN GREENBERG †

Vice-président du Conseil de la Société, président et chef de la direction Astral Communications inc.

JEAN-LOUIS HAMEL *

Vice-président du Conseil Colliers Pierremont inc.

MONIQUE JÉRÔME-FORGET - Phd

Présidente, directrice générale Institut de recherche en politiques publiques

CHARLES-ALBERT POISSANT * †

Président du Conseil Donohue Inc.

CLÉMENT RICHARD

Avocat conseil Lozeau, Gonthier, Masse, Richard, Avocats

PIERRE ROY †

Président et chef de la direction de la Société

MADELEINE SAINT-JACQUES * †

Présidente Young & Rubicam Limitée

Dirigeants**ANDRÉ BUREAU**

Président du Conseil d'administration

IAN GREENBERG

Vice-président du Conseil d'administration

PIERRE ROY

Président et chef de la direction

JOHANNE SAINT-LAURENT

Vice-présidente, administration et finances

ROBERT LAPOINTE

Vice-président, programmation — Super Écran

MONIC LESSARD

Vice-présidente, programmation — Canal Famille

ANDRÉANNE BOURNIVAL

Vice-présidente, programmation — Canal D

LUCIE DRAPEAU

Vice-présidente, marketing

JEAN-PIERRE CÔTÉ

Contrôleur

CATHERINE DELORME

Directrice, affaires juridiques et secrétaire adjoint

Renseignements généraux**SIÈGE SOCIAL**

2100, rue Sainte-Catherine Ouest
Bureau 800
Montréal (Québec)
H3H 2T3
Tél. : (514) 939-3150
Fax : (514) 939-3151

Les malentendants peuvent aussi communiquer avec nous au numéro suivant : (514) 939-3152.

AGENT DE TRANSFERTS ET REGISTRAIRE

Trust Général du Canada

† Membre du Comité de direction

* Membre du Comité de vérification


Aux actionnaires de
Les Réseaux Premier Choix inc.,

Nous avons vérifié le bilan de Les Réseaux Premier Choix inc. au 31 août 1996 et les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend

également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la Société au 31 août 1996 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus.



Société en nom collectif
Comptables agréés

Montréal, le 27 septembre 1996

Exercice terminé le 31 août

	1996	1995
(en milliers de dollars, sauf les données relatives aux actions)		
Revenus	50 548 \$	43 487 \$
Coûts directs		
Droits de diffusion	28 940	23 088
Frais de programmation	1 145	933
Frais techniques	4 176	4 916
	34 261	28 937
Bénéfice brut	16 287	14 550
Frais généraux		
Publicité et promotion	3 314	3 162
Frais d'administration	3 243	2 859
	6 557	6 021
Bénéfice avant les postes suivants	9 730	8 529
Revenus d'intérêts	755	609
Amortissement des frais reportés	—	(1 230)
Bénéfice d'exploitation (note 8)	10 485	7 908
Impôts sur le revenu		
Exigibles	3 780	3 200
Reportés	220	(200)
	4 000	3 000
Bénéfice net	6 485 \$	4 908 \$
Bénéfice par action en circulation	1,96 \$	1,47 \$
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice	3 313 200	3 348 077

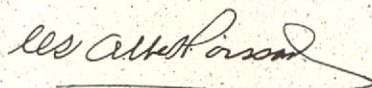
Bénéfices non répartis

Exercice terminé le 31 août

	1996	1995
(en milliers de dollars)		
Solde au début	9 605 \$	6 124 \$
Bénéfice net	6 485	4 908
	16 090	11 032
Excédent de la contrepartie versée sur le capital déclaré moyen des actions rachetées	113	691
Dividendes	994	736
	1 107	1 427
Solde à la fin	14 983 \$	9 605 \$

	Au 31 août	
	1996	1995
(en milliers de dollars)		
Actif à court terme		
Placements à court terme, au coût	10 155 \$	9 894 \$
Prêt à demande — société mère, au taux de base	7 500	—
Débiteurs	4 826	4 884
Frais payés d'avance	157	143
Impôts sur le revenu reportés	—	170
Droits de diffusion	10 426	12 588
	33 064	27 679
Droits de diffusion	673	1 663
Investissements dans des productions cinématographiques canadiennes	115	290
Immobilisations (note 3)	2 673	2 039
Frais reportés	466	—
Licences, droits et abonnés (note 4)	6 453	6 641
Autre élément d'actif	579	—
Total de l'actif	44 023 \$	38 312 \$
Passif à court terme		
Chèques en circulation moins l'encaisse	1 324 \$	1 379 \$
Fournisseurs et frais courus	3 954	2 502
Droits de diffusion à payer	5 661	6 368
Impôts sur le revenu à payer	462	827
	11 401	11 076
Impôts sur le revenu reportés	50	—
Avoir des actionnaires		
Capital-actions (note 5)	17 589	17 631
Bénéfices non répartis	14 983	9 605
	32 572	27 236
Total du passif et de l'avoir des actionnaires	44 023 \$	38 312 \$

Pour le conseil d'administration,



Administrateur

M Saint-Jacques

Administrateur

Exercice terminé le 31 août		
	1996	1995
(en milliers de dollars, sauf les données relatives aux actions)		
Activités d'exploitation		
Bénéfice net	6 485 \$	4 908 \$
Éléments sans incidence sur les liquidités		
Amortissement	1 252	2 234
Impôts sur le revenu reportés	220	(200)
Fonds autogénérés	7 957	6 942
Variation d'éléments hors caisse reliés à l'exploitation	3 598	(4 276)
	11 555	2 666
Activités de financement		
Émission de capital-actions	9	132
Rachat de capital-actions	(164)	(1 195)
Dividendes	(994)	(736)
	(1 149)	(1 799)
Activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations	(1 419)	(1 581)
Frais reportés	(592)	(822)
Autre élément d'actif	(579)	—
	(2 590)	(2 403)
Augmentation (diminution) des liquidités	7 816	(1 536)
Situation des liquidités au début	8 515	10 051
Situation des liquidités à la fin	16 331 \$	8 515 \$
Représentée par :		
Placements à court terme	10 155 \$	9 894 \$
Prêt à demande — société mère	7 500	—
Chèques en circulation moins l'encaisse	(1 324)	(1 379)
	16 331 \$	8 515 \$
Fonds autogénérés par action	2,40 \$	2,07 \$

31 août 1996

1. Statut, nature des activités et changement de nom

La Société, constituée en vertu de la Loi sur les sociétés par actions de régime fédéral, exploite un service de télévision payante de langue française « Super Écran » et deux services spécialisés de télévision de langue française « Canal Famille » et « Canal D ». Au cours de l'exercice, la Société a modifié son nom Premier Choix: TVEC Inc. pour Les Réseaux Premier Choix inc.

2. Conventions comptables

Droits de diffusion

Les droits de diffusion d'émissions et de films sont acquis en vertu de contrats à coût fixe ou variable. Les droits à coût fixe sont capitalisés au moment où les émissions et les films deviennent disponibles à la diffusion. Les droits à coût variable ne sont pas capitalisés puisque leur coût définitif sera déterminé selon un nombre futur d'abonnés.

Les droits de diffusion sont amortis sur leur période de disponibilité sans toutefois excéder une période maximum qui varie selon le genre d'émission. Les droits de diffusion sont classés comme élément à court terme ou à long terme, selon la période d'amortissement.

Investissements dans des productions cinématographiques canadiennes

Les investissements dans des productions cinématographiques canadiennes sont comptabilisés au coût net et amortis sur une période de trois ans aux taux décroissants de 60 %, 24 % et 16 % à compter de la date à laquelle chaque production commence à générer des revenus. Les revenus provenant de ces investissements sont comptabilisés en diminution du coût.

Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût et amorties selon la méthode linéaire sur sept ans pour le mobilier et l'agencement, cinq ans pour l'équipement électronique, le centre de diffusion et les améliorations locatives et trois ans pour l'équipement informatique.

Frais reportés

Les frais relatifs à l'implantation de la compression vidéo-numérique sont amortis selon la méthode linéaire sur trois ans et l'amortissement est imputé aux frais techniques.

Licences, droits et abonnés

Les licences, droits et abonnés sont comptabilisés au coût et amortis selon la méthode linéaire sur 40 ans.

Autre élément d'actif

L'autre élément d'actif représente les frais de démarrage du nouveau service multimédia « Infonie ».

Bénéfice par action

Le bénéfice par action est calculé selon la moyenne pondérée du nombre d'actions en circulation durant l'exercice.

Bénéfice entièrement dilué par action

Le bénéfice entièrement dilué par action ne diffère pas substantiellement du bénéfice par action et n'a donc pas été présenté.

3. Immobilisations

(en milliers de dollars)

	1996		1995
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette
Mobilier			
et agencement	458 \$	294 \$	164 \$
Équipement électronique	554	454	100
Centre de diffusion	3 575	1 480	2 095
Équipement informatique	884	692	192
Améliorations locatives	175	53	122
	5 646 \$	2 973 \$	2 673 \$
			2 039 \$

4. Licences, droits et abonnés

Les activités de la Société sont régies par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en vertu de la Loi sur la radiodiffusion. La Société est titulaire de trois licences : la première, pour le service de télévision payante « Super Écran », expire le 31 août 2001 ; la deuxième, pour le service spécialisé de télévision « Canal Famille », expire le 31 août 1999 ; la troisième, pour le service spécialisé de télévision « Canal D », expire le 31 août 1998.

(en milliers de dollars)

	1996	1995
Coût	7 500 \$	7 500 \$
Moins :		
Amortissement cumulé	1 047	859
	6 453 \$	6 641 \$

5. Capital-actions

Autorisé

Nombre illimité d'actions catégorie A sans valeur nominale, avec droit de vote, participantes après rachat des actions catégorie C;

Nombre illimité d'actions catégorie B, série I, sans valeur nominale, avec droit de vote, convertibles en actions catégorie A, participantes après rachat des actions catégorie C; 200 000 actions catégorie B, série II, sans valeur nominale, avec droit de vote, convertibles en actions catégorie A, participantes après rachat des actions catégorie C;

2 250 actions catégorie C sans valeur nominale, sans droit de vote, rachetables en totalité ou en partie. Le prix de rachat de chaque action est égal au quotient obtenu en divisant par le nombre d'actions catégorie C émises et en circulation, le total (i) du capital déclaré afférent aux actions catégorie C, (ii) des dividendes prioritaires que la Société devrait payer à l'ensemble des porteurs d'actions catégorie A, déduction faite de tout dividende prioritaire effectivement déclaré et payé par la Société en date de tel rachat, et (iii) d'une prime calculée à raison de 12 % l'an sur les sommes distribuées par la fiducie aux bénéficiaires du revenu de la fiducie, créée pour assurer un rendement en dividendes aux porteurs d'actions catégorie A.

En circulation

	1996	1995
3 312 700 actions catégorie A (3 321 300 en 1995)	17 589 000 \$	17 631 000 \$

La Société a accordé diverses options d'achat d'actions catégorie A à des dirigeants. Au cours de l'exercice, 1 000 actions catégorie A ont été émises pour un montant total de 8 870 \$ suite à l'exercice de ces options. Au 31 août 1996, les options en circulation portent sur un total de 83 000 actions catégorie A, dont 33 000 peuvent être exercées au prix de 8,87 \$ l'action jusqu'au 5 juillet 2000 et 50 000 au prix de 18,69 \$ l'action jusqu'au 27 novembre 2001, en tranches annuelles cumulatives de 20 % du nombre total d'options accordées.

En vertu d'un programme de rachat d'actions, la Société peut racheter, dans le cours normal des affaires, jusqu'au 9 octobre 1996 un maximum de 166 065 actions catégorie A. Au cours de l'exercice, la Société a racheté au comptant 9 600 actions catégorie A pour 164 000 \$, dont 51 000 \$ ont été comptabilisés en réduction du capital-actions en circulation. L'excédent de la contrepartie versée sur le capital déclaré moyen des actions a été comptabilisé en réduction des bénéfices non répartis.

6. Engagements

Les engagements de la Société, en vertu d'un contrat de location-exploitation échéant en 2010 pour le local qu'elle occupe, s'élèvent à 6 041 000 \$ plus les frais d'opérations. De plus, la Société s'est engagée jusqu'en 2001, en vertu d'un contrat relié à un service de transmission de télévision par satellite, pour un montant de 4 885 000 \$. Les montants estimatifs à verser au cours de chacun des cinq prochains exercices, incluant les frais d'opérations, sont les suivants :

1997	1 659 000 \$
1998	1 686 000 \$
1999	1 696 000 \$
2000	1 712 000 \$
2001	1 108 000 \$

7. Opérations entre apparentés

La Société a acquis, dans le cours normal de son exploitation, des droits de diffusion de sociétés affiliées à des conditions habituellement rencontrées dans l'industrie. La dépense de droits de diffusion de l'exercice comprend un montant de 2 604 000 \$ (2 388 000 \$ en 1995) qui provient d'opérations effectuées avec ces sociétés. Le solde des droits de diffusion à payer au 31 août 1996 comprend 954 000 \$ (758 000 \$ au 31 août 1995) dus à ces sociétés.

De plus, des frais généraux ont été facturés à la Société par la société mère pour 766 000 \$ (595 000 \$ en 1995) et par des sociétés affiliées pour 616 000 \$ (608 000 \$ en 1995). Le solde des fournisseurs et frais courus au 31 août 1996 comprend 278 000 \$ (111 000 \$ au 31 août 1995) dus à ces sociétés.

8. Résultats d'exploitation

(en milliers de dollars)

	1996	1995
Dépenses comprises dans différents postes de l'état des résultats		
Amortissement des investissements dans des productions cinématographiques canadiennes	153 \$	206 \$
Amortissement des immobilisations	785	611
Amortissement des frais reportés inclus dans les frais techniques	126	—
Amortissement des autres frais reportés	—	1 230
Amortissement des licences, droits et abonnés	188	187
	1 252 \$	2 234 \$

9. Chiffres de l'exercice précédent

Les chiffres de l'exercice précédent, présentés aux fins de comparaison, ont été reclassés pour les rendre conformes à la présentation adoptée en 1996.

(en milliers de dollars, sauf pour les données par action)	Exercices terminés le 31 août			Exercice de sept mois terminé le 31 août	Exercice terminé le 31 janvier
	1996	1995	1994	1993	1993
Revenus	50 548 \$	43 487 \$	33 968 \$	19 395 \$	32 004 \$
Coûts directs					
Droits de diffusion	28 940	23 088	18 451	10 854	17 587
Frais de programmation	1 145	933	642	326	537
Frais techniques	4 176	4 916	4 183	2 349	3 710
Autres coûts	—	—	605	358	547
	34 261	28 937	23 881	13 887	22 381
Bénéfice brut	16 287	14 550	10 087	5 508	9 623
Frais généraux					
Publicité et promotion	3 314	3 162	2 457	1 290	2 459
Frais d'administration	3 243	2 859	2 234	1 330	2 229
Frais financiers	—	—	—	8	26
	6 557	6 021	4 691	2 628	4 714
Bénéfice avant les postes suivants	9 730	8 529	5 396	2 880	4 909
Revenus d'intérêts	755	609	479	238	347
Amortissement des frais reportés	—	(1 230)	—	—	—
Bénéfice d'exploitation	10 485	7 908	5 875	3 118	5 256
Impôts sur le revenu					
Exigibles	3 780	3 200	2 205	1 257	2 269
Reportés	220	(200)	30	(80)	(330)
	4 000	3 000	2 235	1 177	1 939
Bénéfice net	6 485 \$	4 908 \$	3 640 \$	1 941 \$	3 317 \$
Bénéfice par action Moyenne pondérée du nombre d'actions en circulation	1,96 \$	1,47 \$	1,07 \$	0,57 \$	0,97 \$
	3 313 200	3 348 077	3 414 381	3 415 000	3 411 250