

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Un second trimestre 2006 porteur pour Vidéotron

Montréal, 8 août 2006 - De tous les câblodistributeurs canadiens, Vidéotron est celui dont la clientèle a crû le plus, en termes de pourcentage, au cours des 12 derniers mois. C'est ce que révèlent notamment les résultats financiers du deuxième trimestre 2006, qui s'est terminé le 30 juin et qui ont été dévoilés aujourd'hui par l'entreprise québécoise.

Ainsi, pour la première fois au cours des dix dernières années, Vidéotron a enregistré une croissance de sa base de clients à la télédistribution dans un deuxième trimestre, une période caractérisée par des déménagements massifs. Cette croissance confirme que Vidéotron jouit de la faveur des consommateurs et répond à une demande réelle de leur part avec ses forfaits jumelés multi-produits avantageux.

Un trio fort populaire

« Aujourd'hui, plus de 45 % de nos clients détiennent deux ou trois produits de Vidéotron, et ceci, seulement 18 mois après que nous ayons lancé notre troisième produit, la téléphonie résidentielle. Depuis l'automne, approximativement 25 % de nos ventes hebdomadaires en téléphonie ont été faites auprès de gens qui n'avaient aucun de nos produits auparavant. Encore plus concluant, 65 % de ces clients ont opté pour ce que nous appelons le « trio », c'est-à-dire nos trois produits. Au cours de la période des déménagements, cette tendance de fond s'est accentuée pour atteindre un plateau encore plus élevé. En effet, 48 % de nos ventes en téléphonie résidentielle au cours de cette période ont été faites auprès de nouveaux clients. De ceux-ci, 70 % ont retenu nos trois produits! Nos clients trouvent assurément leur compte dans notre offre et, bien sûr, notre entreprise aussi, » de commenter Robert Dépatie, président et chef de la direction de Vidéotron.

La simplicité et l'économie de temps qu'offre le regroupement des services au sein du guichet unique de Vidéotron – un seul contact client, un seul technicien à la maison et une seule facture – ne sont certes pas étrangères à cette popularité. Les avantages du guichet unique, combinés à la qualité des produits de Vidéotron, expliquent en grande partie le taux de satisfaction de la clientèle à l'égard des produits et services de l'entreprise, qui se chiffre à 94 %.

Encore ce trimestre, les équipes de Vidéotron ont déployé des efforts marqués afin de demeurer à l'affût des nouveautés et contribuer à ce que l'entreprise conserve sa position de tête face à ses concurrents.

Globalement, à la fin du deuxième trimestre de 2006, le nombre de clients chez Vidéotron s'élevait à 1 521 000. Au cours de ce trimestre, Vidéotron a atteint le nombre de 726 000 abonnés à son service Internet, toutes catégories confondues. Vidéotron comptait, à pareille date l'an dernier, 568 000 clients pour ce service.

La télé numérique en hausse

La migration des clients analogiques vers illico télé numérique s'est poursuivie en force. Ce sont maintenant 545 000 foyers québécois et clients commerciaux qui jouissent du meilleur de ce que la télé a à offrir, en hausse de 33 000 par rapport au trimestre précédent.

Au cours de ce trimestre, Vidéotron a, une fois de plus, établi une première canadienne en collaboration avec Groupe Archambault, en présentant, pour la première fois au pays, un contenu en format haute définition (le grand spectacle de *La Tournée Star Académie 2005*) sur un service de vidéo sur demande, grâce à un partenariat exclusif avec Productions J. D'ailleurs, la popularité des forfaits et des appareils HD prend un envol sans précédent cette année. L'entreprise a plus que triplé le nombre de ses clients dotés de terminaux HD et abonnés à ces forfaits depuis un an.

Vidéotron demeure, en outre, en tête du peloton des entreprises canadiennes de télécommunications qui proposent un service de téléphonie par le biais de la technologie IP (*Internet Protocol*). Près de 18 mois après le lancement de ce service, au 30 juin 2006, le nombre d'abonnés au service de téléphonie par câble s'établissait à 283 000, une augmentation de 120 000 clients en six mois. Vidéotron a annoncé durant le second trimestre qu'elle étendait son service à de nouveaux secteurs au Québec, ce qui porte à 74 % la proportion du territoire de Vidéotron maintenant desservi par ce service.

Fière partenaire des FrancoFolies de Montréal

En juin, Vidéotron a été fière de célébrer, à titre de commanditaire officiel, la 18^e édition des FrancoFolies de Montréal. Pour l'événement, les services de télédistribution, illico sur demande, Internet, Zone haute vitesse, téléphonie et Canal Vox ont été mis à contribution pour faire vivre pleinement les FrancoFolies et pour promouvoir activement la programmation du festival et ses artistes. Cette première participation a été l'occasion pour Vidéotron de montrer le visage jeune, dynamique et très près des gens de l'entreprise; le visage d'une organisation qui a à cœur le divertissement de qualité.

Par ailleurs, Vidéotron a annoncé hier qu'elle dévoilerait publiquement les détails de son plan d'entrée dans le marché de la téléphonie sans fil cette semaine.

Vidéotron ltée (www.videotron.com), filiale à part entière de Quebecor Média inc., est une société intégrée de communications œuvrant dans les domaines de la télédistribution, du développement multimédia interactif, des services d'accès Internet et de la téléphonie résidentielle. Vidéotron est un chef de file en nouvelles technologies, grâce notamment à son système de télévision interactive illico et à son réseau à large bande lui permettant d'offrir, entre autres services, l'accès Internet haute vitesse par modem câble et la télévision en modes analogique et numérique. Au 30 juin 2006, Vidéotron comptait au Québec 1 521 000 clients à son service de télédistribution, dont 545 000 clients à illico. Vidéotron est également le numéro un de l'accès à Internet haute vitesse au Québec avec 726 000 clients à ses services par modem câble et téléphonique. L'entreprise assure en outre le service de téléphonie résidentielle et commerciale à plus de 283 000 abonnés au Québec.