

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Croissance de la clientèle pour tous les services

Vidéotron connaît un premier trimestre 2006 enviable

Montréal, 11 mai 2006 - Vidéotron a rendu publics aujourd'hui ses plus récents résultats financiers pour le trimestre se terminant le 31 mars 2006, incluant le nombre de clients par service. Ces chiffres témoignent de la croissance exceptionnelle qu'a connue l'entreprise de télécommunications québécoise au cours des derniers mois et ce, pour tous ses services : Internet, téléphonie par câble et télédistribution.

« Je suis très fier du travail accompli par notre équipe. Cette croissance ne peut se réaliser trimestre après trimestre sans un travail d'équipe basé sur une vision commune : offrir la meilleure expérience possible à tous nos clients. Voilà ce qui nous distingue et ce qui façonne notre avancée » a déclaré le président et chef de la direction de Vidéotron, M. Robert Dépatie.

Les Québécois témoignent leur confiance envers Vidéotron et ses services

Globalement, à la fin du premier trimestre de 2006, le nombre de clients chez Vidéotron s'élevait à **1 520 000**. Ce nombre est marqué d'une hausse significative lorsque comparé aux 1 455 000 clients du même trimestre l'an dernier. L'analyse de ces chiffres démontre notamment la popularité grandissante des forfaits multi-produits et l'adhésion marquée à la téléphonie par câble et à Internet.

Internet : de plus en plus rapide

La pénétration du service d'accès Internet s'est accrue dans les foyers québécois en début 2006 et la rapidité ainsi que la fiabilité du service de Vidéotron sont certes des éléments qui contribuent à une telle pénétration. Durant le premier trimestre de 2006, Vidéotron a confirmé sa position de leader incontesté de la haute vitesse avec plus de **699 000** clients abonnés à son service Internet, toutes catégories confondues, une hausse de 42 500 clients en treize semaines. Vidéotron comptait à pareille date l'an dernier, 552 000 clients pour ce service. Le *Seaboard Group*, une firme d'analystes dont l'étude *Escape Velocity* publiée en mars 2006 posait un regard précis sur les services Internet les plus rapides et comparait l'offre du marché au Canada et à l'étranger, affirmait que : « *depuis l'arrivée de son service Internet haute vitesse Extrême Plus à 16 Mbit/s, Vidéotron détient un leadership indéniable et une valeur stratégique sur l'ensemble du marché canadien* ». Avec ce service qui permet une vitesse supérieure de 300 % lorsque comparée au service Internet haute vitesse actuel, Vidéotron est devenue en mars dernier la première grande entreprise de télécommunications au Canada à offrir un service résidentiel aussi rapide sur l'ensemble de son territoire.

La Zone haute vitesse de Vidéotron, de plus en plus populaire

Vidéotron propose à ses abonnés Internet haute vitesse, Internet haute vitesse Extrême et Extrême Plus des rendez-vous réguliers sur le Web en leur présentant des contenus divertissants et ludiques. Au cours du premier trimestre, Vidéotron a offert à sa clientèle un menu de divertissement haut en couleur avec des exclusivités telles les combats préliminaires du prestigieux gala de boxe Bute-Thysse, les meilleurs moments de Ariane Moffatt en coulisses lors de son récent passage à Musique Plus, des extraits et des vidéoclavardages en lien avec l'émission culte de TVA « Le cœur a ses raisons ».

La téléphonie par câble, une alternative qui plaît

Vidéotron demeure en tête de peloton des entreprises de télécommunications au Canada qui proposent un service de téléphonie par le biais de la technologie IP (*Internet Protocol*). En un peu moins de 15 mois après le lancement, au 31 mars 2006, le nombre d'abonnés au service de téléphonie par câble s'établissait à **227 000**. Il s'agit d'une augmentation de 64 000 clients en 13 semaines depuis la fin de l'année 2005. Durant la dernière année, la nouvelle alternative au service téléphonique traditionnel que propose Vidéotron n'a pas cessé de faire des adeptes. Après le lancement dans les grandes régions de Montréal et de Québec, Vidéotron a annoncé cette semaine qu'elle étendait ce même service à plus d'une vingtaine de municipalités dans plusieurs régions du Québec.

Capitalisant sur le succès remporté auprès du secteur résidentiel, Vidéotron a lancé au premier trimestre la téléphonie par câble auprès des PME. Dans une première phase d'implantation, le service 1-2 lignes est offert auprès des très petites entreprises et la seconde phase comprendra une offre de 3-12 lignes. La clientèle d'affaires peut donc aussi maintenant bénéficier des avantages qu'offre le regroupement des services de télécommunication par le biais du guichet unique de Vidéotron : un seul service à la clientèle, un seul support technique, un seul technicien et une seule facture pour tous les services.

Illico télé numérique : la liberté de choisir

Après avoir doublé en seulement deux ans (2004-2005) le nombre de ses clients à illico télé numérique, dont une hausse de 42 % en 2005, Vidéotron se voit maintenant ajouter 38 000 clients de plus à son service de télévision numérique au premier trimestre 2006. Avec **512 000** clients au 31 mars 2006, Vidéotron atteint ainsi un nouveau plateau où plus du tiers de ses abonnés au service de télédistribution ont opté pour illico télé numérique, indiquant que le virage numérique est clairement établi.

Mentionnons que le service de illico sur demande offert en exclusivité par Vidéotron à tous les abonnés d'illico télé numérique en collaboration avec Groupe Archambault n'est pas étranger à la popularité d'illico. Alors que plus de 10 millions de commandes payantes et gratuites avaient été enregistrées pour ce service en 2005, c'est plus de 4,4 millions de commandes qui ont été répertoriées pour le seul premier trimestre 2006. Vidéotron est toujours la seule entreprise de son territoire à proposer un service de vidéo sur demande, avec plus de 1 000 titres (films, émissions, documentaires). Pour la première fois de son histoire cet hiver, illico sur demande a présenté à ses abonnés la programmation olympique de Radio-Canada en vidéo sur demande pour toute la durée des Jeux de Turin. À partir du 15 mai, ce sera la suite de la populaire télésérie « LE NÉGOCIATEUR II » qui y sera présentée en avant-première, avant même sa diffusion à TVA cet automne. Le service de illico sur demande de Vidéotron, tout comme l'arrivée et la multiplication rapide d'autres fenêtres de diffusion de contenus, viennent modifier complètement les habitudes de consommation de la population.

La modernisation du réseau, pour offrir une technologie de pointe

Pendant le trimestre, Vidéotron a annoncé qu'elle injectait 21 millions de dollars dans la modernisation de son réseau. Dix-huit millions de dollars dans les régions centrales de la province, plus précisément à Sherbrooke, Granby, Victoriaville et Trois-Rivières (secteur Cap-de-la-Madeleine), afin de lui permettre de supporter les nouveautés technologiques des années à venir, et trois millions de dollars pour assurer la mise à niveau du réseau dans les régions de Maniwaki et Mont-Laurier. Ces modernisations visent l'augmentation de la bande passante du réseau de Vidéotron à 860 MHz.

Vidéotron Itée (www.videotron.com), filiale à part entière de Quebecor Média inc., est une société intégrée de communications oeuvrant 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 31 mars 2006, Vidéotron comptait au Québec 1 520 000 clients à son service de télédistribution, dont 512 000 clients à illico. Vidéotron est également le numéro un de l'accès à Internet haute vitesse au Québec avec 699 000 clients à ses services par modem câble et téléphonique. L'entreprise assure en outre le service de téléphonie résidentielle à plus de 227 000 abonnés au Québec.