

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
*Pour diffusion immédiate*

**INVESTISSEMENTS**

Ouverture du Centre Contact Clients de Vidéotron à Joliette

**Plus de 35 millions de dollars d'investissement  
dans la région de Lanaudière**

**Joliette, le 9 juillet 2009** –Vidéotron investit près de 34 millions de dollars sur trois ans dans la mise en place de son tout nouveau Centre Contact Clients de Joliette. Suite à une entente avec ses partenaires financiers, Vidéotron bénéficie d'une aide financière de plus de 1,4 million de dollars provenant du ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale, de la ville de Joliette et du Centre local de développement (CLD) de Joliette.

« En ouvrant des postes permanents et de qualité, nous visons à bonifier le service offert à notre clientèle en partageant une partie de la croissance de l'entreprise avec les gens de Joliette, a déclaré Robert Dépatie, président et chef de la direction de Vidéotron. Nous sommes très fiers d'avoir conclu avec nos partenaires une entente qui contribue directement au développement économique de la région de Lanaudière », d'ajouter monsieur Dépatie.

« L'annonce de Vidéotron s'inscrit dans une volonté ferme de Quebecor d'investir massivement au Québec, alors que notre entreprise y a injecté près de 2 milliards depuis les cinq dernières années et continuera de le faire, qu'il s'agisse du milliard de dollars dans notre nouveau réseau sans fil de dernière génération au cours des deux prochaines années ou dans d'autres secteurs d'activités. C'est là le moteur qui guide nos actions : garder le cap sur notre performance financière pour investir et créer de l'emploi ici, dont tous pourront bénéficier », a indiqué quant à lui Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Quebecor.

Des 34 millions de dollars investis par Vidéotron, près de 26 millions représentent la masse salariale des 271 employés de ce centre pour les trois prochaines années. Le nouveau bâtiment situé tout près des Galeries Joliette a par ailleurs engendré des coûts d'aménagement de près de 3,3 millions de dollars.

**Pour la formation d'une main-d'œuvre qualifiée**

Le gouvernement du Québec, par l'entremise d'Emploi-Québec, est le partenaire principal de ce projet avec une aide financière de 1 032 656 dollars, soit 50 % des coûts totaux de la formation des conseillers du service à la clientèle et du soutien technique, les autres 50 % étant à la charge de Vidéotron. « Alors que des turbulences secouent notre économie, notre gouvernement a choisi d'investir massivement pour créer et maintenir des emplois ainsi que pour favoriser la productivité et la compétitivité de nos entreprises et de leurs travailleurs. Je salue la décision des entreprises qui, comme Vidéotron, profitent du contexte économique pour former leur main-d'œuvre. Ainsi, nous serons en meilleure posture pour se positionner lorsque la reprise économique surviendra », a mentionné le ministre de l'Emploi et de la Solidarité sociale, M. Sam Hamad.

Par ailleurs, le Centre local d'emploi de Joliette est intervenu à hauteur de 100 000 dollars, couvrant ainsi une partie des coûts de recrutement des employés.

### **La ville de Joliette investit directement**

Quant à elle, la ville de Joliette octroie à Vidéotron une aide financière de 25 000 dollars par année pendant cinq ans pour couvrir une partie des frais de location des bureaux. De plus, la ville offre un rabais hydroélectrique pouvant atteindre un maximum de 25 000 dollars par année pendant cinq ans.

René Laurin, maire de la ville de Joliette, est heureux que Vidéotron ait choisi Joliette pour mettre en place un tout nouveau centre. « Vidéotron est une entreprise qui a le vent dans les voiles; avoir réussi à la convaincre d'installer un Centre Contact Clients dans notre ville est une de nos meilleures réalisations cette année. Imaginez que ces 271 nouveaux conseillers feront partie de ceux qui répondront aux appels de près de 1,8 million de Québécois, n'est-ce pas formidable ? », s'exclame monsieur Laurin.

### **Pour la vitalité économique d'une région**

« Par notre contribution de 50 000 dollars, nous avons voulu marquer notre appui à la venue dans la région d'un des fleurons québécois de l'industrie des télécommunications, contribuant ainsi à la vitalité économique et sociale de la région », mentionne Pierre Delangis, président du Centre local de développement (CLD) de Joliette.

« Si nous sommes devenus un véritable moteur économique au Québec, souligne Robert Dépatie, président et chef de la direction de Vidéotron, c'est grâce à notre équipe qui a su comprendre et être à l'écoute des besoins des consommateurs. Et c'est grâce, bien entendu, à nos conseillers du service à la clientèle et du soutien technique. Bientôt, ils seront 271 de plus à répondre avec tant de diligence aux milliers d'appels quotidiens. »

**Vidéotron Itée** ([www.videotron.com](http://www.videotron.com)), filiale à part entière de Quebecor Media inc., est une société intégrée de communications œuvrant dans les domaines de la télédistribution, du développement multimédia interactif, des services d'accès Internet, de la téléphonie par câble et de la téléphonie sans fil. 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 2009, Vidéotron comptait au Québec 1 729 168 clients à son service de télédistribution, dont 963 153 clients à illico télé numérique. Vidéotron est également le numéro un de l'accès à Internet haute vitesse au Québec avec 1 089 251 clients à ses services par modem câble au 31 mars 2009. À cette date, Vidéotron avait activé 68 015 lignes de son service sans fil et assurait le service de téléphonie par câble à 890 918 foyers et organisations du Québec. Vidéotron s'est également méritée pour une quatrième année consécutive le prestigieux titre d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois décerné par la revue Commerce, selon un sondage Léger Marketing.