

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Hockey, Disney et Discovery World HD

La télé 3D... aussi accessible aux clients HD grâce à Vidéotron

Montréal, le 17 novembre 2010 — Privilège longtemps réservé aux habitués des salles de cinéma, la 3D fait son entrée dans le salon des clients de Vidéotron. En effet, grâce à Vidéotron, les Québécois peuvent vivre l'expérience de la télé 3D, et ce, qu'ils disposent d'un téléviseur de type HD ou 3D. Tous les clients haute définition auront accès à une qualité d'image rehaussée, à du contenu 3D de qualité, ainsi qu'aux dernières technologies leur permettant d'entrer dans la nouvelle ère de la télédistribution. Débutant ce week-end avec la diffusion de *Last days of the dinosaurs* en 3D, suivi de celle, en décembre, du Canadiens de Montréal et du contenu provenant des studios Disney, Vidéotron est sur le point de faire vivre à ses clients un tout nouveau divertissement à la maison.

Une percée technologique – du 3D pour les clients HD

En collaboration avec SENSIO, Vidéotron est en mesure de proposer à sa clientèle munie d'une télé HD et de lunettes spéciales du divertissement 3D avec une qualité anaglyphe¹ exceptionnelle. Cette technique offre en effet des couleurs, un contraste et un confort de visionnement supérieurs à la 3D anaglyphe présentement disponible sur le marché. Pour les clients de Vidéotron ayant un téléviseur 3D et les lunettes qui l'accompagnent, ils ont accès, avec la technologie d'encodage SENSIO® 3D, à une image 3D extrêmement claire et détaillée.

« Déjà numéro 1 en matière de HD au Québec, Vidéotron est fier de pouvoir enfin rendre la 3D accessible au plus grand nombre de clients et de leur proposer la meilleure expérience dans ce domaine grâce à son entente avec l'entreprise québécoise SENSIO. Nous continuons donc à innover et à offrir des produits de grande qualité à nos clients, tout en leur permettant de demeurer à l'avant-garde des plus récentes technologies », a souligné Robert Dépatie, président et chef de la direction de Vidéotron.

« L'expérience que nous avons acquise à l'échelle mondiale au cours des 10 dernières années nous a permis d'apporter une contribution très significative au développement de l'offre 3D de Vidéotron », a affirmé le président et chef de la direction de SENSIO, Nicholas Routhier. « En fait, ce partenariat cristallise la rencontre des visions de nos deux entreprises et permettra aux téléspectateurs de vivre une expérience d'une qualité exceptionnelle. »

Deux films de Disney en 3D disponibles dès la mi-décembre sur illico

Vidéotron permettra à sa clientèle de vivre cette nouvelle expérience dès décembre avec la diffusion de deux films 3D sur la vidéo sur demande. À temps pour les Fêtes, *A Christmas Carol 3D*, un film d'animation mettant en vedette Jim Carey, sera disponible sur illico télé pour le plaisir des petits et des grands. Un autre film de Disney, *Step Up 3*, sera aussi disponible en pleine 3D et en 3D anaglyphe au canal 900.

¹ Technologie qui nécessite des lunettes utilisant deux filtres de couleurs différents (rouge et cyan).

Premiers événements 3D en linéaire

Last day of the dinosaurs en 3D le 21 novembre

En plus d'offrir du contenu 3D sur demande, Vidéotron diffusera du contenu linéaire dès le 21 novembre prochain. Discovery World HD présentera ainsi *Last day of the dinosaurs* à la position 801 en pleine 3D pour les clients possédant un téléviseur 3D. Ce documentaire sera aussi accessible en format 3D anaglyphe, à la position 725, pour les clients dont le forfait de chaînes comprend Discovery World HD.

Le hockey de la CBC le 11 décembre

Les amateurs de hockey pourront regarder en mode 3D le match qui opposera les Canadiens de Montréal et les Maple Leafs de Toronto le 11 décembre à 19 h. Toujours à la position 801, le match sera disponible en version pleine 3D pour les clients disposant d'un téléviseur 3D.

Les clients de Vidéotron désirant visionner du contenu en pleine 3D doivent utiliser les lunettes fournies avec leur téléviseur et posséder un terminal HD de Vidéotron. Quant au contenu 3D anaglyphe, les clients munis d'un téléviseur et d'un terminal HD doivent se procurer des lunettes 3D de type rouge et cyan. Des lunettes 3D avec monture en plastique seront disponibles dès le 19 novembre dans les kiosques et boutiques de Vidéotron. D'ici là, il est possible de se procurer des lunettes 3D en carton dans les succursales de Vidéotron le Superclub.

Du contenu 3D diversifié d'ici la fin de l'année

D'ici la fin de l'année, Vidéotron offrira des films et des spectacles en 3D. En plus du contenu linéaire et 3D disponible en vidéo sur demande, Vidéotron diffusera de grands événements comme des concerts et des événements sportifs. Pour plus d'information, suivez de près les annonces de Vidéotron au cours des prochaines semaines, syntonisez le canal 800 ou encore visitez le www.videotron.com

Vidéotron Itée (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 30 septembre 2010, Vidéotron comptait 1 802 000 clients à son service de télédistribution, dont 1 182 300 clients à la télé numérique. Vidéotron est également le numéro un de l'Internet haute vitesse au Québec avec 1 233 800 clients à ses services par modem câble au 30 septembre 2010. À cette date, Vidéotron avait activé 95 400 lignes de son service de téléphonie mobile et assurait le service de téléphonie par câble à 1 098 100 foyers et organisations du Québec. Vidéotron a également obtenu, et ce, pour une cinquième année consécutive, le prestigieux titre d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, décerné par le journal Les Affaires, selon un sondage Léger Marketing.