

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Des résultats exceptionnels dans un contexte difficile

Le SuperClub Vidéotron toujours plus performant

Montréal, le 22 décembre 2011 – Alors que l'industrie nord-américaine de la location vidéo fait les manchettes pour ses fermetures et faillites, Le SuperClub Vidéotron a réussi à tirer son épingle du jeu en enregistrant une impressionnante croissance de plus de 40 % au cours des cinq dernières années. Dans ce marché en pleine mutation, la capacité d'adaptation de l'organisation et le virage axé sur le client ont porté leurs fruits. « Plus que jamais, Le SuperClub Vidéotron se distingue comme étant LA destination divertissement au Québec », a souligné Donald Lizotte, vice-président Opérations, secteur Détail, de Quebecor Media et président Le SuperClub Vidéotron et Archambault.

Nouveau concept, nouvelle bannière

En 2011, Le SuperClub Vidéotron a fait le choix d'investir pour se démarquer. Ce sont donc près d'une quarantaine de magasins qui ont été rénovés, soit près de 20 % du réseau. L'arrivée des nouvelles bannières Vidéotron le superclub a connu un fort succès auprès de la clientèle. En plus d'un tout nouveau design, ces nouveaux magasins comprennent une boutique Vidéotron (téléphonie par câble, téléphonie mobile, Internet et télédistribution) et une boutique Microplay, spécialisée en jeux vidéo.

Ces activités de développement, qui ont nécessité des investissements de plus de 10 M\$, sont réalisées de concert avec les franchisés, ces entrepreneurs locaux qui entretiennent des liens de proximité avec leur communauté. C'est grâce à ce leadership que Le SuperClub Vidéotron a ainsi doublé ses parts de marché au Québec dans la location de vidéos, estimées maintenant à 65 %.

La meilleure expérience de divertissement

En plus d'investir pour conserver sa position au sommet, Le SuperClub Vidéotron a amorcé un virage en 2011 en vue d'améliorer l'expérience client. À l'heure où les technologies se multiplient, Le SuperClub Vidéotron devient un lieu convivial favorisant la rencontre avec des spécialistes du divertissement. La croissance de l'organisation n'est donc pas étrangère à l'accent mis sur les relations humaines.

À ce virage humain s'ajoutent une foule d'initiatives audacieuses visant à simplifier la vie du client, répondre à ses besoins et rendre son expérience plus flexible. Que ce soit le cinéma à volonté à 9,99 \$ par mois, la garantie à vie sur la vente de films prévisionnés, la location de la plupart de ses films pour une période de sept jours ou la satisfaction 100 % garantie, Le SuperClub Vidéotron met tout en œuvre pour faire vivre la meilleure expérience qui soit à sa clientèle.

Vidéotron (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 mobile. 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 2011, Vidéotron comptait 1 844 200 clients à son service de télédistribution, dont 1 348 100 clients à la télé numérique. Vidéotron est également le numéro un d'Internet haute vitesse au Québec avec 1 306 400 clients à ses services par modem câble au 30 septembre 2011. À cette date, Vidéotron avait activé 258 100 lignes de son service de téléphonie mobile et assurait le service

de téléphonie par câble à 1 179 400 foyers et organisations du Québec. Vidéotron a également obtenu, et ce, pour une sixième 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.

Suivez-nous sur le Web | facebook.com/videotron

Suivez-nous sur Twitter | twitter.com/videotron