

Une 3<sup>e</sup> édition riche en nouveautés  
**Vidéotron : Principal partenaire de la campagne**  
**« Je protège mon identité sur Internet » 2009**

**Montréal, 9 novembre 2009** – Plus Web, plus interactive, plus participative – la campagne « **Je protège mon identité sur Internet** » version 2009 s'annonce comme un événement majeur en termes de sécurité de l'information – et Vidéotron est particulièrement fière de s'y associer à nouveau cette année. Cette initiative pan québécoise poursuit un objectif plus actuel que jamais : sensibiliser les utilisateurs d'Internet à l'importance de la sécurité de l'information et à la protection des renseignements personnels. De plus, elle est un complément naturel à Vigilance sur le Net ([www.vigilancesurlenet.com](http://www.vigilancesurlenet.com)), la campagne de sensibilisation que Vidéotron mène depuis 2007 auprès des jeunes et de leurs parents dans les écoles secondaires du Québec.

#### **Sensibilisation version 2.0**

Organisée pour une troisième année par l'Institut de sécurité de l'information du Québec (ISIQ) et le Ministère des Services Gouvernementaux (MSG) pour le Gouvernement du Québec, **la campagne 2009 a été revue et améliorée**. Elle tient compte de l'évolution d'Internet, des habitudes d'utilisation des publics cibles, des résultats de la campagne 2008, et de la popularité grandissante des médias sociaux auprès d'un grand nombre de Québécois, en particulier les jeunes adultes.

« Avec la croissance constante des transactions et des échanges sur le Net, une sensibilisation accrue à la protection des renseignements personnels et au vol d'identité s'impose. Nous devons nous montrer plus proactifs et persuasifs que jamais. À cet égard, je crois que la campagne « Je protège mon identité sur Internet » 2009 est extrêmement bien conçue et Vidéotron est fière d'appuyer cette initiative à titre de partenaire leader », explique Marc Labelle, directeur général, Communications corporatives de Vidéotron.

#### **Nouveautés au programme**

Plusieurs nouveautés retiennent particulièrement l'attention : d'abord, **la campagne 2009 sera entièrement basée sur Internet** et maximisera le potentiel des différents canaux de communication et d'échange qu'il offre. La communauté Web sera notamment mise à contribution afin de jeter les bases d'un dialogue avec les internautes influents dans le but d'élargir et de renforcer la portée des principaux messages de la campagne.

Par ailleurs, des événements portant sur la sécurité de l'information, dont une conférence en compagnie de la ministre des Services gouvernementaux, Mme Dominique Vien, ainsi qu'un panel auquel participera Vidéotron, seront diffusés en ligne. Les réseaux sociaux les plus populaires, dont Facebook, Twitter, YouTube et autres serviront de leviers pour faire connaître et circuler des contenus d'information et de sensibilisation – dont certains seront créés par les internautes eux-mêmes. Dans ce contexte, la nouvelle version du site **monidentite.isiq.ca** jouera un rôle accru comme fer de lance de la campagne.

Deuxième nouveauté : c'est **Denis Talbot** (« M. Net » sur MusiquePlus), également concepteur du contenu de la Tournée Vigilance sur le Net, qui est le porte-parole de la campagne 2009 « Je protège mon identité sur Internet ». Très populaire auprès des jeunes, Denis Talbot est également un expert reconnu des nouveaux médias et un proche collaborateur de l'ISIQ.

Troisième nouveauté : les principaux outils de sensibilisation et d'information de la campagne, dont le site monidentite.isiq.ca, le site isiq.ca et les messages de publicité et de promotion **seront désormais aussi offerts en anglais** afin de maximiser, là encore, la portée des messages de la campagne et de répondre aux besoins formulés lors de la campagne précédente.

Plusieurs autres éléments viendront enrichir et optimiser l'édition 2009, dont :

- un concours de production de vidéoclips pour le Web portant sur la sécurité de l'information réalisés par des jeunes Québécois de 18 à 34 ans;
- des mises à jour régulières et l'ajout de fonctionnalités Web 2.0 (fil RSS, liens vers Facebook, Delicious et Twitter) sur le site monidentite.isiq.ca;
- la création d'un groupe sur Facebook;
- des échanges sur Twitter;
- la publication de vidéos sur YouTube;
- la participation à des blogues existants.

**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 30 septembre 2009, Vidéotron comptait au Québec 1 759 700 clients à son service de télédistribution, dont 1 042 400 clients à *illico* télé numérique. Vidéotron est également le numéro un de l'accès Internet haute vitesse au Québec avec 1 145 400 clients à ses services par modem câble au 30 septembre 2009. À cette date, Vidéotron avait activé 79 800 lignes de son service sans fil et assurait le service de téléphonie par câble à 979 100 foyers et organisations du Québec. Vidéotron a également obtenu, et ce, 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.

- 30 -

Les marques de commerce Facebook, Twitter, YouTube et Delicious sont respectivement détenues par Facebook, Inc., TWITTER, INC., Google Inc. et Yahoo! Inc.