



Budweiser bat des records de télé interactive pendant le Super Bowl XLIII

Les publicités équipées de la fonction etc.tv sur RDS font participer un nombre sans précédent de téléspectateurs.

Montréal, Québec – Le 2 février 2009 - **etc.tv**, le réseau de publicités sur demande a confirmé aujourd’hui qu’une publicité interactive de Budweiser en ondes à RDS pendant le Super Bowl, avait établi un nouveau record pour la publicité interactive à la télévision.

Cette diffusion était une grande première car, en effet, aucune autre publicité du Super Bowl n’avait jamais été activée de cette technologie auparavant. Grâce à cette dernière, les utilisateurs pouvaient passer à RDS d’une publicité de 30 secondes à une vidéo de plus long format.

Les publicités de Budweiser, diffusées pendant le **Super Bowl XLIII** en direct du Stade Raymond James de Tampa Bay, offraient ainsi aux téléspectateurs la possibilité de se connecter directement à un mini documentaire de trois minutes présentant entre autres les versions américaines des publicités de Budweiser.

“Selon nos données, en deux ans et demi de campagnes observées, le niveau d’interaction n’a jamais été aussi élevé que pendant les pubs de Budweiser Super Bowl. Il a même dépassé de cinq fois ce qui avait été enregistré jusqu’à maintenant.” a confirmé **Ian MacLean**, VP & Directeur général d’etc.tv. “Et ce qui est intéressant, c’est que les taux les plus élevés ont été relevés chez les téléspectateurs de RDS qui ont accès à la programmation en haute définition. Les gens veulent en voir plus, ça devient évident et on trouve ça très excitant.”

etc.tv est un système complet de gestion de la publicité, mettant à profit l’infrastructure de vidéo à la carte des câblodistributeurs numérique. Ceci permet aux téléspectateurs intéressés de consulter directement, à l’aide d’un simple clic sur leur télécommande lors d’une pub réseau de 30 secondes, des publicités allongées en temps réel. Ils peuvent également les mettre en mémoire pour visionnement ultérieur.**etc.tv** permet la gestion de tous les aspects d’une campagne publicitaire intégrée et génère pour les annonceurs des rapports de performance pratiquement en temps réel.

À propos de RDS

Le Réseau des sports (RDS), une division de CTVglobemedia, est la chaîne sportive francophone offrant l'une des programmations les plus complètes au monde. Depuis 1989, RDS s'est bâti une grille de programmation inégalée avec la diffusion de toutes les propriétés et événements majeurs, tels l'exclusivité de tous les matchs des Canadiens de Montréal et du hockey de la LNH incluant les séries éliminatoires et la finale de la Coupe Stanley, le football de la LCF et de la NFL, les matchs de la coupe Grey et du Super Bowl, la course automobile Formule 1, le NASCAR, les séries mondiales de baseball, en passant par les tournois de golf de la PGA Tour dont les quatre tournois majeurs, tous les tournois majeurs de tennis, la Ligue des Champions UEFA ainsi que l'Euro et sans oublier les Jeux olympiques. À cela s'ajoute la couverture de l'actualité sportive offerte par Sports 30, le seul vrai bulletin de nouvelles sportives en français. De plus, avec le lancement en 2004 de la chaîne numérique de nouvelles sportives en continu RIS Info-Sports, il est maintenant possible d'avoir accès à toute l'actualité sportive en un clin d'œil 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Enfin, le site RDS.ca est le leader incontesté du sport en français sur le Web avec plus d'un million de visiteurs uniques par mois.

Le 3 octobre 2007, le réseau lançait RDS HD. En plus de diffuser en format haute définition sept jours sur sept, 24h sur 24, RDS HD offre plus de 20 heures de contenu original en haute définition à chaque semaine, soit plus de 1000 heures par année.

À propos de etc.tv

etc.tv est le premier fournisseur de publicité par hyperliens vidéo en Amérique du nord. Son réseau de publicité sur demande permet aux téléspectateurs d'accéder à des messages publicitaires plus longs à partir des publicités traditionnelles qu'on peut visionner sur un réseau de diffusion. Le modèle d'entreprise d'etc.tv répond aux besoins de toutes les parties prenantes qui évoluent dans l'écosystème de la publicité : les consommateurs, les publicitaires, les agences, les communicateurs, leurs représentants ainsi que les câblodistributeurs. Cette solution est actuellement utilisée au Canada par plusieurs grandes marques et est accessible à plus de deux millions de consommateurs à travers le Québec. etc.tv désire étendre son service au Canada et aux États-Unis au courant de l'année 2009.

– 30 –

Pour plus de renseignements veuillez communiquer avec :

Ian MacLean
Vice-président, directeur général
etc.tv inc.

514 788 2001 poste 11

ianm@etc.tv ou rendez vous au: www.etc.tv

Paul Lafleur
Directeur des ventes
etc.tv inc.

514 788 2001 poste 14

paul@etc.tv