



Communiqué de Presse - 23/03/2009

NOUVEAU POSITIONNEMENT DE CANALSAT

Le 25 mars, CANALSAT lance une nouvelle plateforme de communication avec BETC et choisit un territoire d'expression plus que jamais identitaire et fédérateur.

S'appuyant sur la capacité unique de CANALSAT à combiner qualité et diversité de programmes, cette nouvelle plateforme illustre l'ambition du bouquet d'incarner une télévision à la fois personnelle et familiale.

CANALSAT c'est en effet plus que jamais la garantie d'une télévision « sur mesure » qui s'engage à offrir à chacun le meilleur ainsi que la promesse d'une télévision volontairement familiale et fédératrice.

Cet engagement de qualité pour chacun prend d'autant plus de sens dans le cadre de la famille. En effet, la famille est plus que jamais une valeur moderne et essentielle, un lieu de partage et d'échange où chacun a des goûts et des centres d'intérêts qui lui sont propres. Autant de différences dont CANALSAT a conscience, autant d'attentes spécifiques et personnelles qu'il a identifiées et auxquels il répond. Mais loin de prôner l'individualisme, la télévision que propose CANALSAT rassemble.

L'envie de satisfaire chaque profil de téléspectateurs est son moteur, la notion de famille est résolument inscrite dans ses gènes depuis sa création et son nouveau positionnement en témoigne.

Cette stratégie s'est concrétisée par un renouvellement complet de la plateforme créative : Une nouvelle signature encapsule le bénéfice : « CANALSAT. Regardez, ça vous ressemble ». Le logo a été redesigné pour intégrer l'offre et gagner en indépendance vis à vis de CANAL+ tout en conservant la filiation CANAL.

La nouvelle communication prend la forme d'une série TV publicitaire réalisée par l'agence BETC. Plus qu'une campagne, l'ambition a été de produire un vrai programme s'inspirant des codes de l'Entertainment empruntant aux jeux vidéo, au meilleur de l'animation. La série entièrement conçue en 3D, met en scène la vie pas ordinaire d'une famille d'abonnés CANALSAT. La vie de cette famille aux personnalités et goûts bien différents révèle la volonté et force de CANALSAT à mettre

tout le monde d'accord autour de programmes de qualité dans lesquels chacun se retrouve vraiment...

Cette série et ses personnages se retrouvent sur le web (www.bientotcelebre.com), en affichage, en magasin, avec des spots radio, de la presse, des bannières, et le premier film de la série (sortie le 25 mars) qui complètent le dispositif... en attendant la suite au prochain épisode.

Contact presse BETC

Héloïse Hooton, Directrice de Communication

T : 01 5641 3631

E : heloise.hooton@betc.eurorscg.fr

Contact presse CANALSAT

Ariane Esfandi / Delphine Huchet

T : 01 71 35 01 66 / 02 56

E : ariane.esfandi@canal-plus.com / delphine.huchet@canal-plus.com