



DisneyChannel Vidéo, Advergaming, Interactivité et Affinité pour la promo de sa nouvelle série animée



sur les sites du groupe Spil Games.

Paris, le 28 Mars 2011 – Disney Channel communique avec 24/7 Real Media sur les sites Jeux.fr, Jeu.fr et GirlsGoGames.fr pour le lancement de sa nouvelle série animée « Ça Bulle ».



Ça Bulle, série créée par Noah Z. Jones, figure parmi les programmes les plus innovants actuellement diffusés en France. Entièrement basée sur la combinaison entre animation numérique et collage photographique le résultat est surprenant et permet aux fans d'animation d'explorer de nouveaux horizons. En transposant la vie des lycéens dans un aquarium, Noah Z.Jones détourne avec humour et légèreté les grands problèmes posés à l'adolescence.

24/7 Real Media, régie publicitaire exclusive des sites du groupe Spil Games, a imaginé avec Disney Channel une campagne novatrice, actionnant comme leviers principaux : l'affinité et l'interaction avec sa cible, les enfants.

Jeux.fr, Top 3 des sites de jeux en ligne avec près de 3 millions de VU¹, Jeu.fr avec 1,5 million VU¹, et GirlsGoGames.fr visité par près de 700 000 internautes¹, ont mis en place un habillage en rotation générale sur 3 jours pour annoncer le début de la campagne le 17 février dernier.



Puis, les sites intégraient un dispositif proposant à l'internaute de participer. L'internaute était invité à détruire une méga Bannière en forme d'aquarium et libérait ainsi de l'eau se déployant sur le site jusqu'à remplir un format footer en bas de page... Ce nouveau format imaginé pour l'événement (« Combo FooterBan ») mix d'une méga-bannière et d'un footer a atteint un **taux moyen d'interaction de 2,61%** !



Disney Channel a également choisi de soutenir la présence de cette série à travers du **pré-roll vidéo** en pré-chargement des jeux en flash, qui ont fait le succès des sites. Enfin, deux **jeux flash Ça Bulle** (Advergame) ont été intégrés aux sites pour l'occasion, mettant en scène la nouvelle série animée au cœur des centres d'intérêts des enfants. Plus de **250 000 jeux joués**² en moins de 3 semaines !



« C'est un vrai plaisir d'inventer de nouveaux formats publicitaires avec un annonceur, particulièrement avec Disney Channel ! Combiner des leviers vidéo, formats événementiels et advergaming leur garantit un succès à chaque campagne en termes de résultats, combinant interactions simples (clic) et plus immersives (advergaming) avec des temps d'exposition très intéressants... » déclare Edouard Dinichert, Directeur de la Régie 24/7 Real Media.

¹Source Médiamétrie NetRatings, janvier 2010

²Source AdServer du 17/02/2011 au 07/03/2011

A propos de 24/7 Real Media

24/7 Real Media, groupe WPP, fournit aux annonceurs et aux éditeurs des solutions marketing numériques leur permettant de cibler très précisément leurs audiences tout en alliant transparence et précision, pour un meilleur retour sur investissement. Grâce à Open AdStream, sa plateforme d'ad serving propriétaire et sa régie publicitaire, 24/7 Real Media transforme le ciblage publicitaire sur support numérique en véritable science.

Derrière chaque initiative marketing se cachent l'expérience de 18 bureaux situés dans 12 pays, des milliards d'impressions publicitaires diffusées chaque mois et une réputation de leader. 24/7 Real Media a son siège social à New York et opère en Amérique du Nord, Europe et Asie Pacifique.

Pour toute information complémentaire, merci de visiter notre site : www.247realmedia.fr.

Contact Presse :

Albérique Pruneau, 24/7 Real Media

Tel : 01 56 59 68 17

Email : alberique.pruneau@247realmedia.com