

**Salle de presse :**

Karin Scott
Cisco
416-709-2138
kariscot@cisco.com

Analyste de l'industrie :

Laura Irwin
Cisco
408-853-8876
lirwin@cisco.com

Relations avec les investisseurs :

Marilyn Mora
Cisco
408-527-7452
marilmor@cisco.com

Cisco permet à la LNH d'offrir à ses partisans avides un super service vidéo numérique

En direct, dans les centres sportifs et par téléphone cellulaire, Cisco aide la LNH à mobiliser ses partisans adeptes de la technologie dans toute l'Amérique du Nord

MONTRÉAL (fin de semaine du Match des Étoiles de la LNH), le 23 janvier 2009 – La Ligue nationale de hockey (LNH), l'Association des joueurs de la Ligue nationale de hockey (AJLNH) et Cisco ont annoncé aujourd'hui la conclusion d'une nouvelle entente stratégique grâce à laquelle Cisco appuiera les initiatives stratégiques concernant les médias numériques de la Ligue en utilisant sa technologie. La mise en œuvre des technologies Cisco aidera la Ligue à offrir un super service à des millions de partisans avides de hockey dans toute l'Amérique du Nord en leur fournissant des vidéos numériques de leurs équipes et leurs joueurs favoris.

La LNH utilise stratégiquement la vidéo numérique de bien des façons, notamment :

- Elle tire profit de la convergence des médias (Internet, téléphone cellulaire, télévision) et satisfait les partisans les plus passionnés et les plus adeptes de la technologie de tous les grands sports professionnels.
- Elle offre un service à un grand nombre de partisans « hors place », qui vivent dans un marché local différent de celui de leur équipe favorite.
- Elle permet aux partisans de toute l'Amérique du Nord d'avoir accès à toute l'action incroyable, à tous les scénarios irrésistibles et à toutes les séquences en coulisses de l'ensemble des 30 équipes de la Ligue.

La Ligue adopte les technologies de réseautage sur le Web et de pointe de Cisco comme plate-forme à partir de laquelle déployer stratégiquement des applications de vidéo numérique et de tirer profit de ces possibilités de mobilisation des partisans. Par exemple :

- Le GameCenter LIVE^{MC} de la LNH est le nouveau service d'abonnement en ligne populaire de la Ligue, qui permet aux partisans de contrôler l'expérience fantastique consistant à interagir avec les matchs de hockey et à les regarder en direct. Le GameCenter LIVE, qui retransmet jusqu'à 40 matchs par semaine (des



- interruptions et d'autres restrictions s'appliquent), est expressément conçu pour les partisans avides qui recherchent l'expérience la plus complète des matchs de hockey et pour les près de 50 % de partisans de la LNH qui vivent loin du marché télévisuel local de leur équipe favorite et éprouvent un besoin impérieux de suivre davantage de matchs en direct. Les ventes de vidéos en direct de la LNH ont augmenté de plus de 250 % au cours de la présente saison.
- Le Network Online^{MC} de la LNH est un service média à large bande innovateur disponible gratuitement aux partisans, à NHL.com. Composante essentielle de la stratégie de la LNH pour avoir un rayonnement mondial grâce aux médias numériques, le Network Online est transmis aux partisans par un diffuseur de médias à large bande aux lignes pures. Cette expérience immersive et à accès intégral invite les partisans à NHL.com, afin de passer plus de temps en coulisses avec leurs équipes et leurs joueurs favoris. Les partisans auront désormais sept chaînes dédiées de multimédia de la LNH portant chacune sur un thème distinct. Cisco offre la chaîne LiveWire, qui transmet aux partisans des événements en direct se produisant dans l'ensemble de la Ligue, et la technologie Cisco permet à la LNH de transmettre des millions de vidéos montrant les faits saillants de matchs tous les mois, grâce à la chaîne populaire Game Highlights. Cette chaîne offre une grande majorité de lancements et d'achèvements de vidéos, qui sont des mesures essentielles de la satisfaction et de la mobilisation des partisans pour la Ligue.
 - La technologie Cisco représente un volet critique de la capacité de la LNH de transmettre rapidement, pour la première fois, des ensembles de faits saillants de vidéos aux centres sportifs dans toute l'Amérique du Nord pendant des matchs, afin d'être visionnés sur des Jumbotrons. Cela change et améliore fondamentalement l'expérience des matchs suivis dans un centre sportif pour les partisans de la LNH et permet aux partisans, au cours d'un marché donné, d'avoir accès à toute l'action et à tous les scénarios excitants dans l'ensemble de la Ligue, ce qui suscite davantage d'intérêt et encourage la prise d'abonnements.

La LNH a l'intention de travailler avec Cisco, afin de mettre en place de nouvelles technologies, qui amélioreront la transmission de toutes les vidéos dans toutes les plates-formes, pour offrir aux consommateurs la plus haute résolution disponible.

Citations accessoires :

John Collins, directeur de l'exploitation, Ligue nationale de hockey

« La vidéo est une application commerciale stratégique pour la LNH. Elle fournit une plate-forme pour la diffusion de contenu unique et exclusif, afin d'accroître l'intérêt, la mobilisation et la fidélité des partisans. À mesure que la tendance à la convergence se poursuit, Cisco est un partenaire essentiel pour nous, car nous mettons entièrement à profit notre actif en matière de vidéo dans tous les médias et tous les dispositifs. »



Rob Lloyd, premier vice-président, États-Unis, Canada et Japon, Cisco

« Cisco a réalisé pour la LNH des solutions qui, non seulement avantageront la Ligue et l'ensemble de ses partisans, mais aideront également à s'assurer que le hockey demeure très pertinent, maintenant et à l'avenir. La collaboration entre Cisco et la LNH assurera que le hockey continue de transcender les frontières, les fuseaux horaires et les médias numériques, afin d'offrir aux partisans l'expérience ultime, aujourd'hui, demain et à l'avenir. »

Mike Ouellet, chef des Affaires commerciales, Association des joueurs de la Ligue nationale de hockey

« L'AJLNH est heureuse de former un partenariat avec Cisco, un organisme qui accroît l'exposition de l'immense talent et des personnalités uniques de nos membres à de nouveaux auditoires dans pratiquement chaque plate-forme virtuelle. »

Liens accessoires :

- [Site Web sportifs de Cisco](#)
- [Solutions branchées en matière de sports de Cisco](#)
- [Balado sur l'évolution des divertissements](#)
- Blogue vidéo de Cisco et de la LNH

Termes Technorati : Cisco, sports, LNH, collaboration, vidéo, présence télévisuelle

À propos de l'Association des joueurs de la Ligue nationale de hockey

Créée en 1967, l'Association des joueurs de la Ligue nationale de hockey (AJLNH) est une organisation syndicale, dont les membres sont les joueurs de la Ligue nationale de hockey (LNH). L'AJLNH intervient au nom des joueurs dans différents domaines, tels que les relations de travail, les licences d'exploitation de produits, le marketing, les rencontres internationales de hockey et les relations communautaires, dans le but de promouvoir ses membres et le hockey. En 1999, l'AJLNH a créé le Fonds Objectifs et Rêves en tant que moyen pour les joueurs de rendre quelque chose au sport qu'ils aiment. Dans le cadre de ce programme, des équipements complets de hockey ont été donnés à plus de 9 000 enfants défavorisés dans 17 pays, et du financement a été consenti pour la réfection et la construction de centaines de centres sportifs dans le monde. À ce jour, le Fonds Objectifs et Rêves a donné plus de 17 millions de dollars à des programmes de hockey populaires dans le monde entier, ce qui en fait le plus important programme du genre. Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'AJLNH, veuillez vous rendre au site Web nhlpa.com.

À propos de la LNH

Fondée en 1917, la Ligue nationale de hockey (LNH) est la deuxième en ancienneté des quatre ligues sportives professionnelles en Amérique du Nord. Aujourd'hui, la LNH est constituée de 30 clubs, chacun incarnant la facture internationale de la ligue, les équipes se composant de joueurs provenant de plus de 20 pays. Selon une étude de marché



réalisée par Simmons Market Research, les partisans de la LNH sont plus jeunes, plus éduqués, plus fortunés et plus tournés vers l'information numérique que les amateurs de tout autre sport. Chaque saison, la LNH divertit plus de 100 millions d'amateurs dans les centres sportifs, ainsi que, par l'intermédiaire de partenariats, à la télévision nationale (VERSUS, NBC, TSN, CBC, RDS, RIS, NASN, ASN et NHL Network) et à la radio (NHL Radio, Sirius XM Radio et XM Canada). Par l'entremise de la Fondation LNH, l'organe caritatif de la ligue, la LNH recueille des fonds pour Hockey Fights Cancer et NHL Youth Development, tout en appuyant l'engagement communautaire de tous les joueurs de la LNH. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la LNH, consultez le site Web NHL.com.

LNH et l'emblème LNH sont des marques de commerce déposées et GameCenter LIVE de la LNH, Network Online de la LNH et la radio LNH sont des marques de commerce de la Ligne nationale de hockey. L'AJLNH est une marque de commerce déposée de l'Association des joueurs de la Ligue nationale de hockey. Tous droits réservés.

À propos de Cisco

Cisco (NASDAQ : CSCO) est le chef de file mondial des technologies réseau qui transforment la façon dont les personnes communiquent, se connectent et travaillent ensemble. Toutes les informations relatives à Cisco sont disponibles à <http://www.cisco.com>, ou en salle de presse en cliquant sur le lien suivant : <http://newsroom.cisco.com>.

###

Cisco, le logo Cisco et Cisco Systems sont des marques de commerce déposées ou des marques de commerce de Cisco Systems, Inc. et/ou de ses sociétés affiliées aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques de commerce mentionnées dans le présent document sont la propriété de leur détenteur respectif. L'utilisation du mot partenaire n'implique pas un rapport de partenariat entre Cisco et toute autre compagnie. Le présent document est une information publique de Cisco.