

# CAP 2021

**VOUS ET NOUS  
DANS UN MONDE QUI CHANGE**

#Utilité #Efficacité #Responsabilité

**france•tv**publicité

francetvpub.fr



**L**a crise que nous traversons depuis le mois de mars 2020 est sans précédent. Et s'il est encore trop tôt pour en tirer toutes les leçons – nous ne sommes qu'au début de l'histoire – les premiers mois ont déjà été riches d'enseignements. Les phases successives de sidération, d'incompréhension, d'incertitude, mais aussi d'espoir ou de communion nous ont transformés individuellement et collectivement. Elles ont fait naître **de nouvelles façons de vivre, de se déplacer, de consommer, de travailler et de communiquer**. Elles ont fait émerger de nouvelles attentes et mis en lumière de **belles valeurs de solidarité, d'altruisme, de respect**. La crise n'a peut-être pas tout changé, mais elle a redistribué les cartes.

Les Français ont redécouvert la télévision, et plus particulièrement le service public qui s'est imposé comme le média de référence pour s'informer, comprendre, se distraire, se cultiver, mais aussi pour éduquer, soutenir, rassurer... En moyenne, **plus de 50 millions de téléspectateurs**, dont près de **11 millions de moins de 35 ans**, ont consommé chaque semaine nos programmes ! Alors que les initiatives de plateformes se multiplient, les audiences TV n'ont jamais été aussi élevées et inégalées. Preuve que les chaînes de France Télévisions jouent pleinement leur rôle : elles font société, elles œuvrent pour **le bien commun et la souveraineté culturelle**.

Cette reconnaissance nous honore et nous oblige. Elle nous recentre sur nos missions dont une nous tient particulièrement à cœur chez FranceTV Publicité : **vous accompagner et vous aider dans un monde qui change**.

## Notre proposition dans la crise :



### 1 VOUS AIDER DANS LA REPRISE

Nous avons la conviction que la publicité est amenée à jouer un rôle central pour **soutenir une relance durable de l'activité**. Nous souhaitons être à vos côtés en nous engageant sur **votre ROI** mais aussi en vous simplifiant l'accès à **notre offre premium**, en **couvrant et simplifiant tous les modes d'achats sur tous les écrans vidéo**.



### 2 VOUS ACCOMPAGNER DANS UN MONDE QUI CHANGE

Nos choix stratégiques déployés quelques mois avant la crise, nous ont accordé un temps d'avance, nous avons promu une **publicité plus responsable** et solidaire et aussi plus accessible. Celle qui met en avant les actions des entreprises pour une consommation responsable. **La publicité est vertueuse** pour les marques, aussi en 2021 nous irons encore plus loin, **en rendant la publicité TV accessible à tous**.



## VOUS AIDER DANS LA REPRISE

### ● Notre objectif prioritaire : votre ROI

- **La TV, média le plus ROISTE aux ventes**

L'étude récente du SNPTV #ROITV2 avec EKIMETRICS démontre de nouveau que la TV est le premier média en termes de ROI avec le meilleur rapport Contribution-ROI sur le long terme avec 44 % de contribution aux ventes additionnelles et un ROI Total de 5,2.

- **FranceTV Publicité mesure et démontre son ROITV: 1 € investi génère 17,6 € de CA soit un ROI supérieur de + 29 % vs moyenne vague TV**

Nous avons souhaité mesurer notre efficacité TV et faire la démonstration que 1 € investi sur FranceTV est un investissement pour demain.

Pour cela, avec l'aide de CSA Consulting, nous avons étudié sur 3 ans de données récentes (2017, 2018, 2019) 171 campagnes et sur 4 secteurs <sup>(1)</sup>, la modélisation de l'efficacité de nos chaînes.

**Le résultat est sans appel : 1 € investi sur France Télévisions génère 17,6 € de CA quand la moyenne d'une vague TV toutes chaînes est de 13,6 € <sup>(2)</sup> soit + 29 % vs moyenne vague TV.**

- **FranceTV Publicité s'engage avec une offre « ROI PARTENAIRE »**

Cette offre s'adresse aux 4 secteurs Alimentation, Automobile, Distribution, Banque.

La régie s'engage à **générer un ROI supérieur de 10 % à la moyenne des chaînes TV.**

(1) Distribution généraliste et spécialisée, Automobile, Banque, Alimentation

(2) ROI Total (CT+ LT) FranceTV (moyenne F2/F3/F4/F5) en ensemble journée +29 % vs moyenne vague TV toutes chaînes

## Innover au service de l'efficacité

### ● **Adressable.tv, première offre de TV Segmentée en France**

Toutes nos offres de TV segmentée seront regroupées sous l'appellation **adressable.tv**. FranceTV Publicité, qui a été la première régie à signer des accords de partenariat avec Orange et Bouygues Telecom, opérera commercialement une phase pilote sur 2 mois de Novembre à Décembre 2020 avec les premières campagnes grandeur nature, en proposant une offre de lancement simple avec ciblage par département ou par ville et composition du foyer.

À partir de Janvier 2021, pour une durée de six à neuf mois, les offres seront en produit dit « MVP »<sup>(3)</sup> défini conjointement avec le SNPTV et l'AFMM.

### **Les possibilités de ciblage seront élargies :**

- Personnalisation des **zones géographiques** (en reprenant une zone de chalandise par exemple) ou encore ajout des critères socio-démo ou CSP.
- Puis, la possibilité de **cibler les foyers par centres d'intérêt**, par exemple de toucher les fans de sport indépendamment des grands événements sportifs (tels Roland-Garros, Tour de France...etc) ou encore de cibler par type d'habitat (appartement, maison, maison avec jardin).

La commercialisation s'effectue **au CPM** et sous forme de Packs Vidéo DATA diffusés en TV segmentée et en Replay IPTV.

(3) MVP = Minimum Viable Product

## ● Toute notre offre achetable en un clic

L'efficacité réside aussi dans la simplicité opérationnelle. Avec la promesse de rendre disponible à l'achat tous nos **inventaires y compris les plus premium** sur ces différents modes de commercialisation.

Nous souhaitons capitaliser sur le succès **d'ADspace, notre plateforme évolutive** destinée à accompagner les mutations du marché à court et à long terme.

### ● **Enrichir l'expérience d'ADspace avec des offres exclusives en TV classique**

Dès le mercredi, des **achats d'opportunités en net**, pour une diffusion allant du samedi au vendredi suivant. Ces offres sont disponibles exclusivement via la plateforme ADspace et accessibles au sein de la grille de disponibilités, à un taux spécifique par écran et par jour.

### ● **Déployer les axes stratégiques de France Télévisions Publicité**

ADspace c'est aussi des **API** qui permettent de se raccorder directement aux outils acheteurs. Si bien qu'aujourd'hui nous rendons possible la réservation de nos inventaires TV linéaire depuis un outil DSP programmatique.

### ● **Programmatic.tv**

Dans une démarche de simplification des process d'achat mais aussi d'efficacité, nous lançons dès maintenant, l'achat en programmatique de nos inventaires TV linéaire premium, c'est-à-dire **toutes nos chaînes et tous nos écrans**.

La commercialisation est au CPM garanti, 8 cibles disponibles, avec un ticket d'entrée de 20 K€ par campagne.

## ● Nouveautés FRANCETV DATA, un ciblage Data inédit et enrichi

- **Data IPTV : FranceTV Publicité, 1<sup>ère</sup> régie à proposer le ciblage data opérateur en IPTV (Base OPT-in Orange/SFR)**

Grâce à nos accords avec les Fournisseurs d'Accès Internet, bénéficiez d'une capacité de ciblage inédite pour vos campagnes en replay IPTV, et profitez d'une qualité de data qui vous garantit puissance et performance.

- **En PréRoll et MidRoll (également disponible dans SYGMA)**

Activations Data opérateur disponibles : Géolocalisation, Socio-démo, CSP, Composition du foyer, géolife.

- **Data Trends, profitez des nouvelles tendances de consommation et de nos 11 nouvelles cibles Data**

Nous mettons à votre disposition 11 nouvelles cibles <sup>(4)</sup> afin de vous accompagner dans cette évolution des tendances sociétales.

## ● Enrichissement de nos cibles TV linéaire GRP Data

- *Data enriching* permet d'intégrer au médiaplanning TV des cibles Data créées à partir de comportements digitaux récents, observés dans les usages du panel internet de Médiamétrie ou à partir d'une Data externe.

- **5 nouvelles cibles disponibles GRP Data** en complément des 83 autres disponibles (81 cibles Shoppers, 2 cibles Parfums Luxe) :

- Acheteurs e-commerce (9.8 M)
- Intérêt (intentionnistes) achat automobile (7.8 M) <sup>(5)</sup>
- Intérêt (intentionnistes) souscription assurances (13.9 M)
- Intérêt (intentionnistes) placements financiers (6.5 M)
- Intérêt (intentionnistes) voyages (13.4 M)

Cibles disponibles au Médiamat tenant compte des données de search/ intentions d'achat. Disponibles dans POPTV dès janvier 2021.

(4) Les cooks, Take a break, Sweet home, nouveaux shoppers, Made In France, Feel Good, Green Spirit, Family school, Bio attentifs, Big/Binge Watchers, Bien Manger

(5) **Exemple constitution de cible : Intérêt achat automobile**

Internauts ayant effectué des requêtes comportant les mots-clés suivants : achat véhicule, achat voiture, achat véhicule neuf, achat voiture neuve, etc.

2

## VOUS ACCOMPAGNER DANS UN MONDE QUI CHANGE

**Le contexte radicalement nouveau que nous connaissons depuis 6 mois fait que nous ne repartirons pas comme avant.**

Notre proposition **est de vous accompagner dans un monde qui change.**

### Notre mission : rendre la publicité accessible à tous

Si l'on considère que **la publicité c'est bien, c'est vertueux** pour les entreprises, **alors il faut qu'elle soit accessible à tous.**

Dès le début de la crise, le groupe France Télévisions a pris des initiatives **en proposant des offres solidaires à certains secteurs particulièrement fragilisés.**

● **En 2021, nous irons encore plus loin :**

D'abord en simplifiant l'accès à la publicité TV au profit des TPE/PME: dès 2021, nous allons lancer **une version dédiée d'ADspace aux TPE/PME.**

L'accessibilité à la pub TV, par ailleurs, c'est aussi l'ouverture à de nouveaux secteurs.

**FranceTV Publicité souhaite accompagner le secteur du cinéma en favorisant son accès à la TV en particulier pour ceux dont le budget de production est inférieur à 5 M€ avec des conditions spécifiques.<sup>(6)</sup>**

### Écouter les publics pour accompagner les marques dans leur transformation

Vous accompagner dans un monde qui change, c'est également prendre en compte les mutations de la société et les évolutions des comportements de consommation.

C'est tout le sens du **nouveau service marketing AKOUO**, fondé sur une plate-forme d'IA d'écoute des publics, de manière à les mettre en regard des marques et de nos offres.

Chez FranceTV Publicité nous faisons le choix d'une **relation d'engagement différenciante grâce à nos contenus de qualité et une connaissance plus fine des imaginaires et comportements sociaux.**

Nous voulons **faire parler AKOUO pour identifier les tendances du monde de demain afin d'accompagner la transformation des marques.**

(6) Abattement tarifaire pouvant aller jusqu'à 70% (à 2 semaines de la diffusion du spot de TV) sur les chaînes du groupe FranceTV et de -75% sur les chaînes thématiques.

Et nous le ferons tout au long de l'année **en temps réel** grâce à **l'Intelligence Artificielle** qui est embarquée dans la plateforme d'AKOUO.

C'est à partir de ces analyses qui font **dialoguer les Data qui ne se parlaient pas**, que nous ferons **des recommandations pour nos clients**.

C'est tout le sens de la **nouvelle offre AKOUO CONNECT** déclinée en TV classique et en parrainage.

FranceTV Publicité s'engage à faire progresser de **+ 10 %**, 2 items de marque et de **+ 20 %**, **les intentions d'achat ou de se renseigner**.

- **AKOUO propose ainsi aux marques une nouvelle gamme de Marketing Services :**
  - **AKOUO Trends** : Tendances, analyse des publics sur les secteurs et connexion aux meilleures offres / solutions contextuelles (À titre d'exemple : la voiture de demain, le mieux manger, la naturalité).
  - **AKOUO Diagnostic** : À partir des analyses des publics, positionnement et classement des marques et connexion aux meilleures offres/solutions contextuelles.

## ● **Rendre la publicité utile car elle peut faire changer les choses dans le bon sens**

Enfin, plus que jamais la publicité est attaquée de toutes parts dans le débat public.

Notre ambition est de prouver qu'elle est vertueuse, non seulement économiquement mais aussi sur le plan sociétal. **Car la publicité fait changer les choses dans le bon sens.**

**FranceTV Publicité souhaite ainsi valoriser les marques responsables en mettant en avant leurs actions et engagements.**

- **L'offres Territoire Responsable se décline en version 100 % digitale** pour permettre aux marques d'accompagner les consommateurs dans la démarche du « mieux consommer » en mettant en lumière leurs engagements en matière de RSE et de transparence via une palette de formats enrichis et interactifs (vidéo-selector, habillage interactif, split screen, skin content) et une prise de parole contextualisée (jingle de 5" diffusé en amont du spot).

- **Des conditions commerciales qui vont dans le sens d'un monde durable**

Un abattement de 5 % sur le tarif de référence sur tous les médias pour les marques qui agissent vers un monde plus durable au travers de leur démarche certifiée par des labels reconnus ou des chartes (par exemple Nutriscore A/B , Label AB (Agriculture BIO), FaireTrade Max Havelaar, Certified B Corporation, ...).

- **Mais la publicité doit également être directement utile**

Nous nous y engageons à travers un dispositif solidaire et participatif. L'offre Goodvertising permettra à l'annonceur d'effectuer un don à 2 associations de son choix (10 % de la campagne reversés : 5 % de don annonceur et 5 % de don FranceTV Publicité), tout en engageant les utilisateurs au travers d'un format interactif. Les internautes ont ainsi la possibilité, grâce à un spot enrichi et participatif, de choisir au clic une association qui se verra attribuer une part de ce don.

---

## Contacts presse

**Valérie Blondeau**

T. 01 56 22 62 52

[valerie.blondeau@francetvpub.fr](mailto:valerie.blondeau@francetvpub.fr)

**Alexis Blanc**

T. 01 56 22 62 04

[alexis.blanc@francetvpub.fr](mailto:alexis.blanc@francetvpub.fr)