Sponso Event

Masterchef

2022

www.francetvpub.fr

france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi.

Masterchef

Une marque qui a révolutionné la cuisine à la télévision

une création

BBC

déclinée dans

66

territoires

etc.

Masterchef

Qui s’inscrit dans une thématique bien installée sur nos antennes

Dans Cuisine ouverte, Mory Sacko retravaille une recette traditionnelle de la cuisine française, accompagné d’un chef réputé dans la région et d’une personnalité bien connue du public.

Dans Les carnets de Julie, Julie Andrieu et ses acolytes sillonnent la France pour découvrir les recettes de nos terroirs auprès de ceux qui les maitrisent le mieux.

Dans Voyages & Délices, Kelly Rangama parcourt le monde à la découverte des plats traditionnels d’Outre-mer et les revisite en compagnie d’invités : une invitation à l’évasion.

Masterchef

Un concours qui met en lumière des talents anonymes

LE CONCOURS CULINAIRE RÉVÉLATEUR DE TALENTS

Masterchef c'est le grand concours culinaire dédié aux cuisiniers amateurs. Autour d'Agathe Lecaron, du grand jury et d'invités exceptionnels, les candidats vont s'affronter dans des séries d'épreuves qui désigneront le meilleur cuisinier amateur de France.

Agathe Lecaron sera à la présentation

DES ÉPREUVES EMBLÉMATIQUES

Chaque émission va s'articuler autour de 4 épreuves emblématiques de l'émission qui vont challenger la créativité, la connaissance et la technicité des candidats.

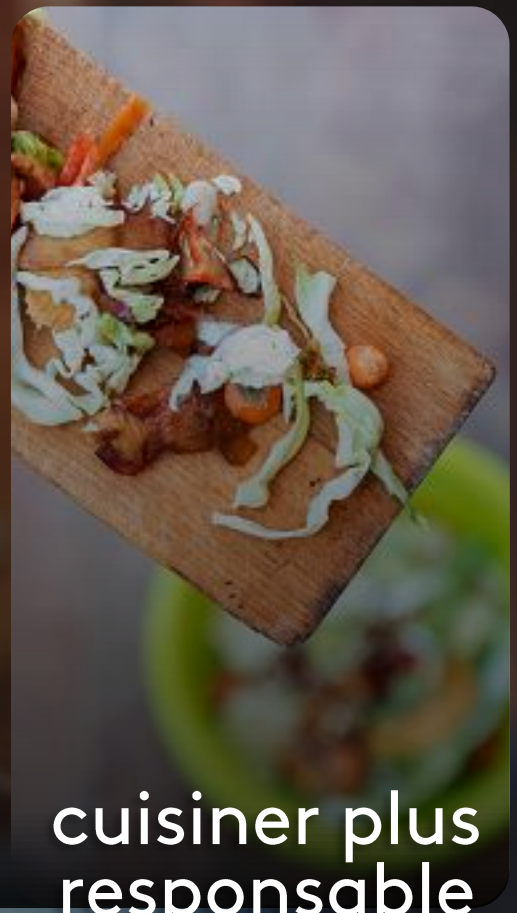
Masterchef

Une édition 2022 qui porte les valeurs de France Télévisions

manger mieux

favoriser le terroir local

partager un moment convivial



cuisiner plus responsable

Masterchef

Un jury de prestige habitué des concours culinaires

Chef multi-étoilé, **Thierry Marx** est une figure de la gastronomie moléculaire et un habitué des antennes de France Télévisions où il transmet sa passion pour la cuisine franco-japonaise.

Cheffe autodidacte et ancienne candidate de Masterchef, **Georgiana Viou** propose dans son restaurant à Nîmes une cuisine méditerranéenne aux touches personnelles inspirées du Bénin.

Chef de file de la « bistronomie » ayant à cœur de créer une cuisine authentique, **Yves Camdeborde** est un historique de Masterchef puisqu'il a été membre du jury pendant 4 saisons.

Nos offres 2022

3 niveaux d'association

1. TV CLASSIQUE

- Entrée
- Entrée + Plat
- Entrée + Plat + Dessert

réservé aux annonceurs éligibles

2. PARRAINAGE & OPS

- **« Recettes en fête »**
- **« J'aime pas les salsifis »**
- **« On a échangé nos régions »**

co-partenariat – 3 places disponibles

3. DIGITAL

- **Environnement captif**

nombre de places limitées

OFFRES PARRAINAGE & OPS

co-partenariat
3 places disponibles

PARRAINAGE TV

DIGITAL & SOCIAL

OPS

Au choix :

« Recettes en fête »

« J'aime pas les salsifis »

« On a échangé nos régions »

Un évènement très attendu...

.2

8 soirées à 21.10

226 présences

Billboards de 12''
en pré et post-générique de chaque émission
+ un quota de 210 bandes-annonces de 6''

235 GRP FRDA-50

49% couv FRDA-50

22M contacts FRDA-50

My Zen TV

Case surfing the menu
lundi à vendredi 22.30

Maison & Travaux TV

Mon potager
lundi à vendredi 9.00

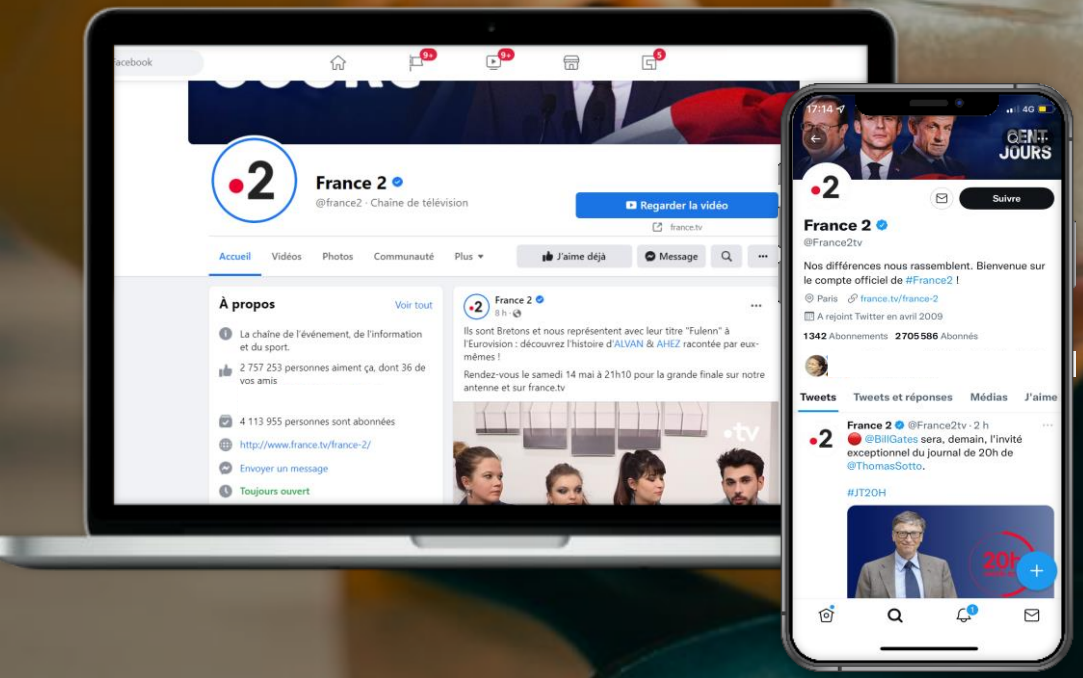
Billboards de 12'' en pré et post-générique*

france•tvpublicité

Indice format : 0,48. Programmation donnée à titre indicatif et sous réserve de modification par les antenne. Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord des antennes. France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la chaîne thématique proposée en couplage. Offre non optionnable. Source : Médiamétrie.
**Chaines mesurées au Médiamat Thématik, non comptabilisées dans les estimations/bilans de performances et facturées au forfait*

Digital: puissance & impact

UNE CAMPAGNE DIGITALE ET SOCIALE SUR FRANCE.TV ET LES RÉSEAUX SOCIAUX.



VIDÉO

Reprise des Billboards TV 12''sur la totalité du programme *

Autopromotion parrainée 6'' en rotation générale *

1,2M IMPR.**

SPONSO RÉSEAUX SOCIAUX

2 posts sponsorisés de votre Billboard 6'' sur la page Twitter de 2

2 posts sponsorisés *** (Tag Handshake + carton d'entrée) sur la page 2

375K vues estimées

*Sous réserve de validation de l'éditeur. Avec diffusion possible sur chaine dédiée au programme sur YouTube.
** Sous réserve d'inventaires disponibles. Si inventaires manquants, diffusion du billboard autour du pack Cuisine
***Post sponsorisé sur Facebook avec Tag & Handshake. L'annonceur doit posséder une page Facebook.

Une OPS pour prolonger l'expérience

3 concepts d'OPS, à titre indicatif, qui véhiculent les valeurs « pilier » du programme pour prolonger l'expérience et répondre à vos objectifs…

RECETTES EN FÊTE

Valeurs mises en avant :

- ✓ Cuisine
- ✓ Local
- ✓ Saisonnalité

Objectifs de l'activation :

- ✓ Trafic en PDV
- ✓ Image de marque

J'AIME PAS LES SALSIFIS !

Valeurs mises en avant :

- ✓ Partage
- ✓ « Ludogustatif »
- ✓ Équilibré
- ✓ Découverte
- ✓ Antigaspi

Objectifs de l'activation :

- ✓ Engagement
- ✓ Image de marque
- ✓ Visibilité

ON A ÉCHANGÉ NOS RÉGIONS

Valeurs mises en avant :

- ✓ Local
- ✓ Convivialité
- ✓ Partage
- ✓ Patrimoine

Objectifs de l'activation :

- ✓ Engagement
- ✓ Interaction
- ✓ Branding
- ✓ Évènementialisation

RECETTES EN FÊTE

« Recettes en fête » est une opération 360° permettant de capitaliser sur le programme Masterchef jusqu'à la période des fêtes de fin d'année.

Le dispositif consiste en la création de 6 recettes à base d'ingrédients respectant la saisonnalité pour (re) découvrir le plaisir simple de cuisiner

Les contenus créés seront incarnés par la cheffe Georgiana Viou ou un candidat de l'émission.

Valeurs : Cuisine – Local - Saisonnalité

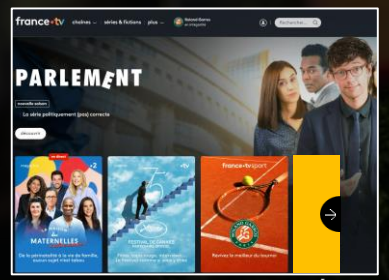
Recettes en fête

Objectifs : Trafic en point de vente – Image de marque

PRODUCTION

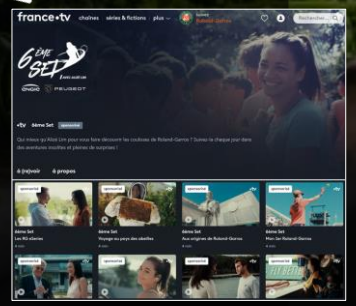
- 6 Formats courts de 20'' – Teasers
- 6 Formats longs de 90'' – Recettes
- Incarnation et licence

1 Chaîne de marque avec mise en avant en home page de france.tv qui regroupe et héberge tous les contenus créés



Redirection sur la chaine de marque

mise en avant en home page de france.tv



MÉCANIQUE MÉDIA & INSTORE

france•tv

Diffusion du format vidéo 20'' (pre et mid-roll) en rotation générale et auprès d'une cible affinitaire * avec redirection vers une chaîne de marque
➔ *Objectif de trafic*
➔ *1 150 000 Impressions*

Diffusion du format vidéo 20'' en FIRST VIEW ** les jours de diffusion du programme sur l'ensemble de l'inventaire de france.tv
➔ *Objectif de visibilité et événementialisation*
➔ *500 000 Impressions*

Diffusion du format long des recettes de 90'' en IPTV EN EXCLUSIVITÉ
➔ *Objectif de visibilité, complétion*
➔ *480 000 Impressions*

Evénementialisation du point de vente via PLV et corner brandé regroupant tous les ingrédients nécessaires à la recette du moment

6 recettes (2 par mois), se terminant par celle du réveillon de Noël

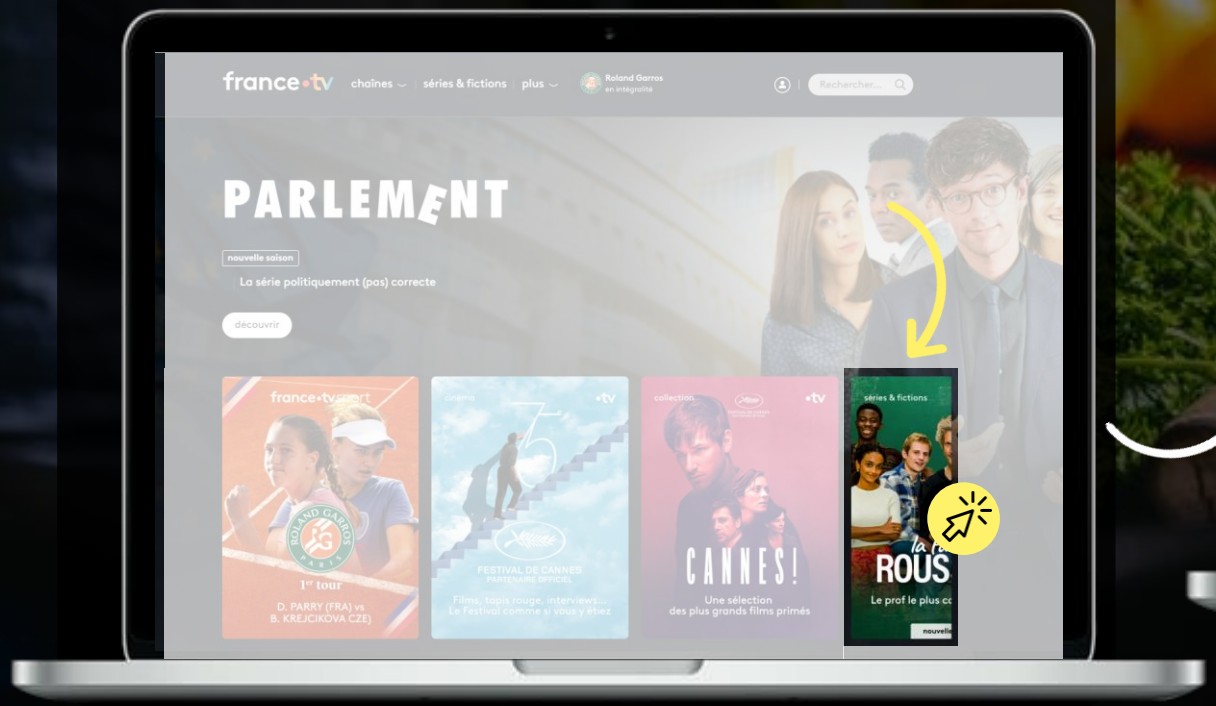
QR code sur la PLV permettant de rediriger vers les recettes formats longs sur France.tv

**Diffusion du pre roll data uniquement sur Mobile/Tablette/ desktop*
*** Diffusion en firstview dans limite de l'inventaire disponible*
Naming non contractuel.

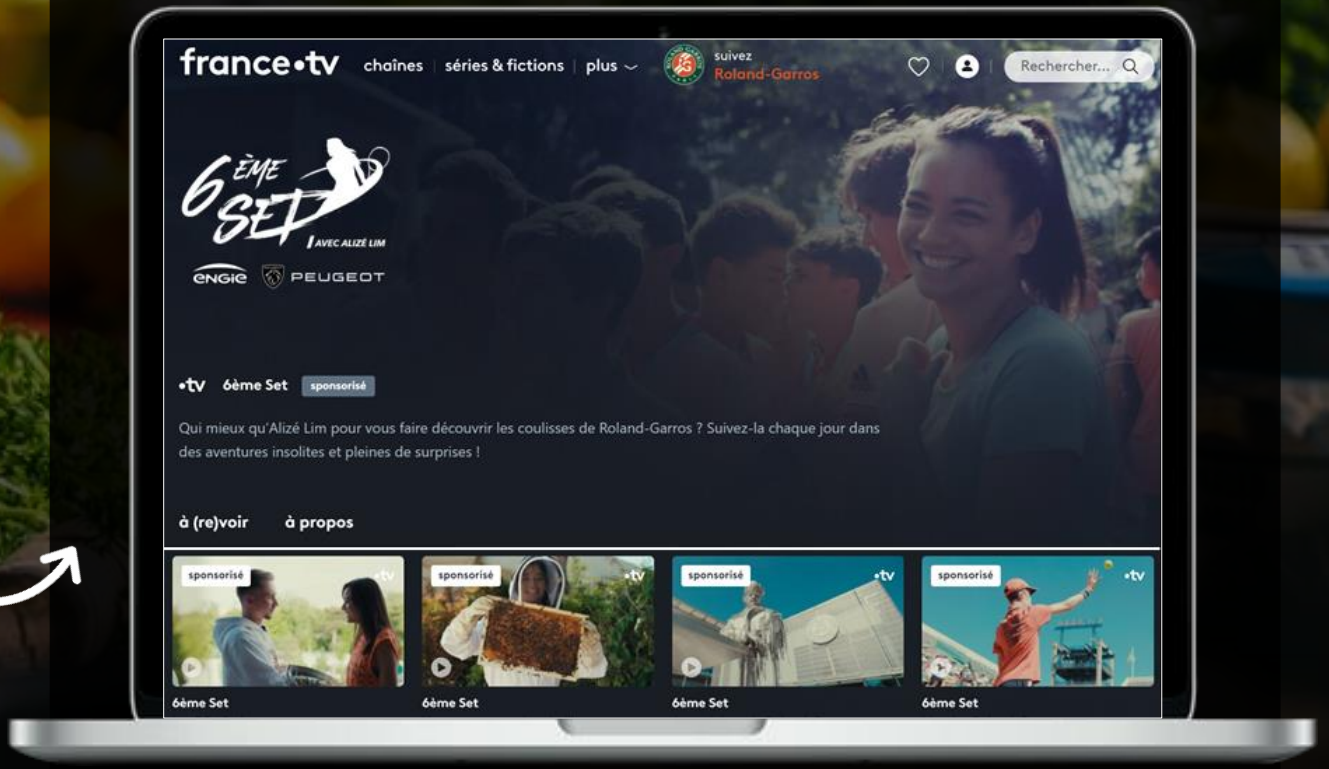
Recettes en fête

Objectifs : Trafic en point de vente – Image de marque

Mise en avant de la chaine de marque en home page de france•tv



Redirection vers la chaine de marque



J'AIME PAS LES SALSIFIS !

« J'aime pas les salsifis » est un programme incarné par Agathe Lecaron et l'un des deux finalistes de l'émission / ou Georgiana Viou.

A travers les différents contenus crées, l'objectif sera de capitaliser sur la caution ''maternelle'' d'Agathe Lecaron pour donner des astuces aux parents pour faire découvrir, apprécier, et manger des légumes à leurs enfants !

Au sein de ces contenus nous ferons le focus sur 3 typologies de légumes aux codes enfantins : le légume vert, le légume rouge et le légume blanc.

Valeurs :

Partage – « Ludogustatif » - Équilibré – Découverte - Antigaspi

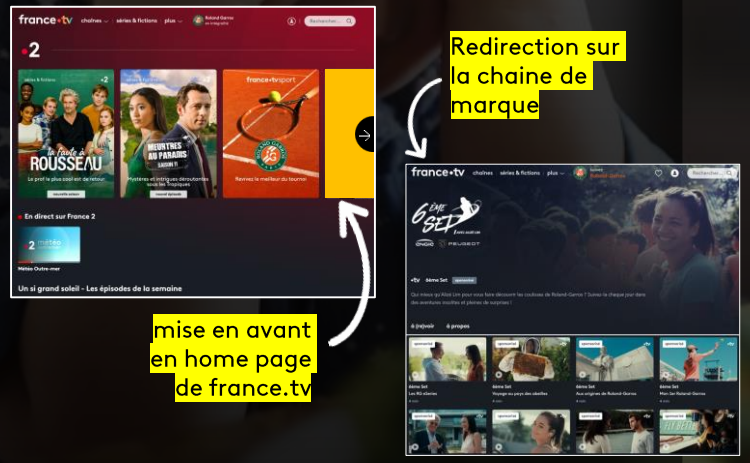
J'aime pas les salsifis

Objectifs : Engagement – Image de marque - Visibilité

PRODUCTION

- 1 Format court 20'' – Teaser
- 3 Formats longs 90'' capitalisant chacun sur un légume
- Incarnations et licence

1 Chaîne de marque avec mise en avant en home page de France 2 sur france.tv qui regroupe et héberge tous les contenus créés



MÉCANIQUE MÉDIA

•2

Diffusion TV du 20 '' incarné par Agathe Lecaron
Dans un contexte affinitaire (La Maison des Maternelles) 2 fois par jour pendant 6 semaines L à V (écrans 9.25 + 9.55)**
➔ *Objectif de couverture, puissance et drive to*
➔ *30 GRP MENENF*
➔ *2 700 K Contacts MENENF*

Ce teaser donnera rendez-vous sur France.tv
Ex : « Vous aussi vous n'avez plus de solutions pour faire manger des légumes à vos enfants ?... Alors retrouvez moi avec xxx sur... »

france.tv

Diffusion du format vidéo 20'' (pre et mid-roll) avec redirection vers chaîne de marque intégrant un ciblage affinitaire *
➔ *Objectif de trafic*
➔ *600 000 Impressions*

Diffusion des 3 formats 90'' en IPTV et en exclusivité
➔ *Objectif de visibilité + complétion*
➔ *500 000 Impressions*

Push des contenus 90''
sur le compte FB de France 2
Association marque via carton + handshake
➔ *Objectif d'engagement (like, partage, comment)*

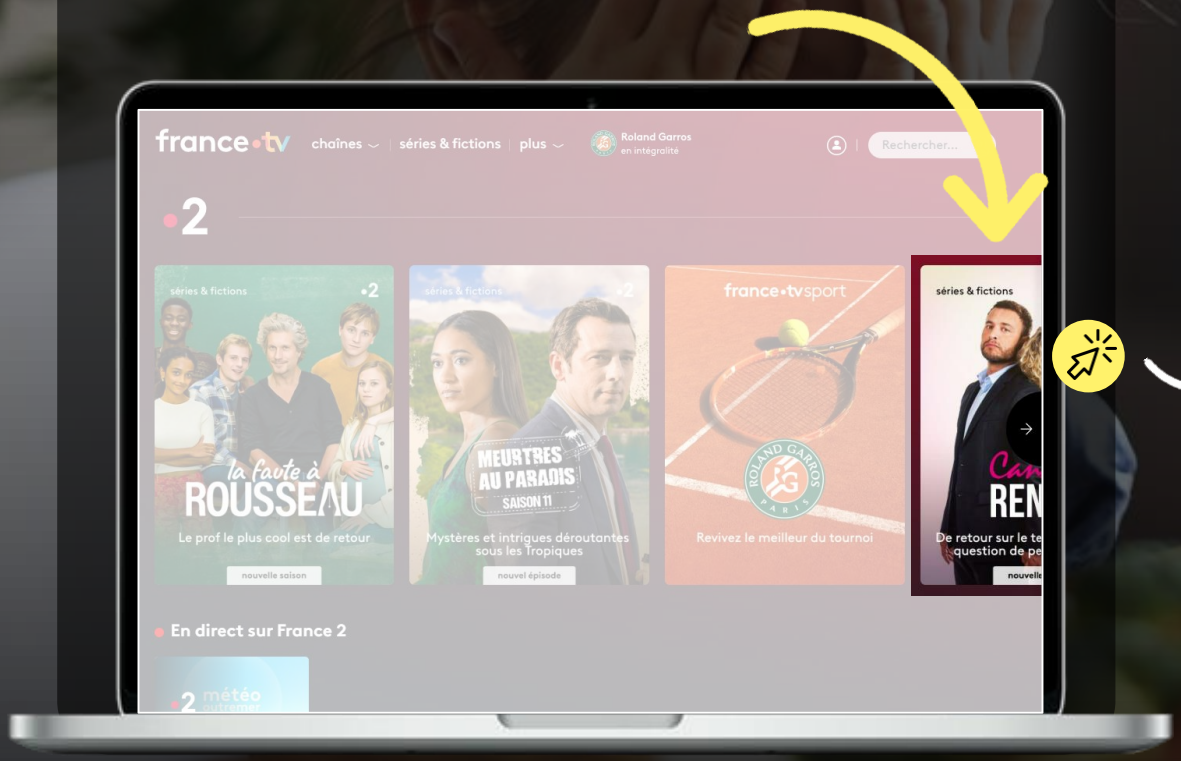
**Diffusion du pre roll data uniquement sur Mobile/Tablette/ desktop*
Sous réserve de l'accord des antennes, de l'animatrice et de disponibilité aux ouvertures de planning
*** Sous réserve des tarifs et de la disponibilité des écrans*

J’aime pas les salsifis

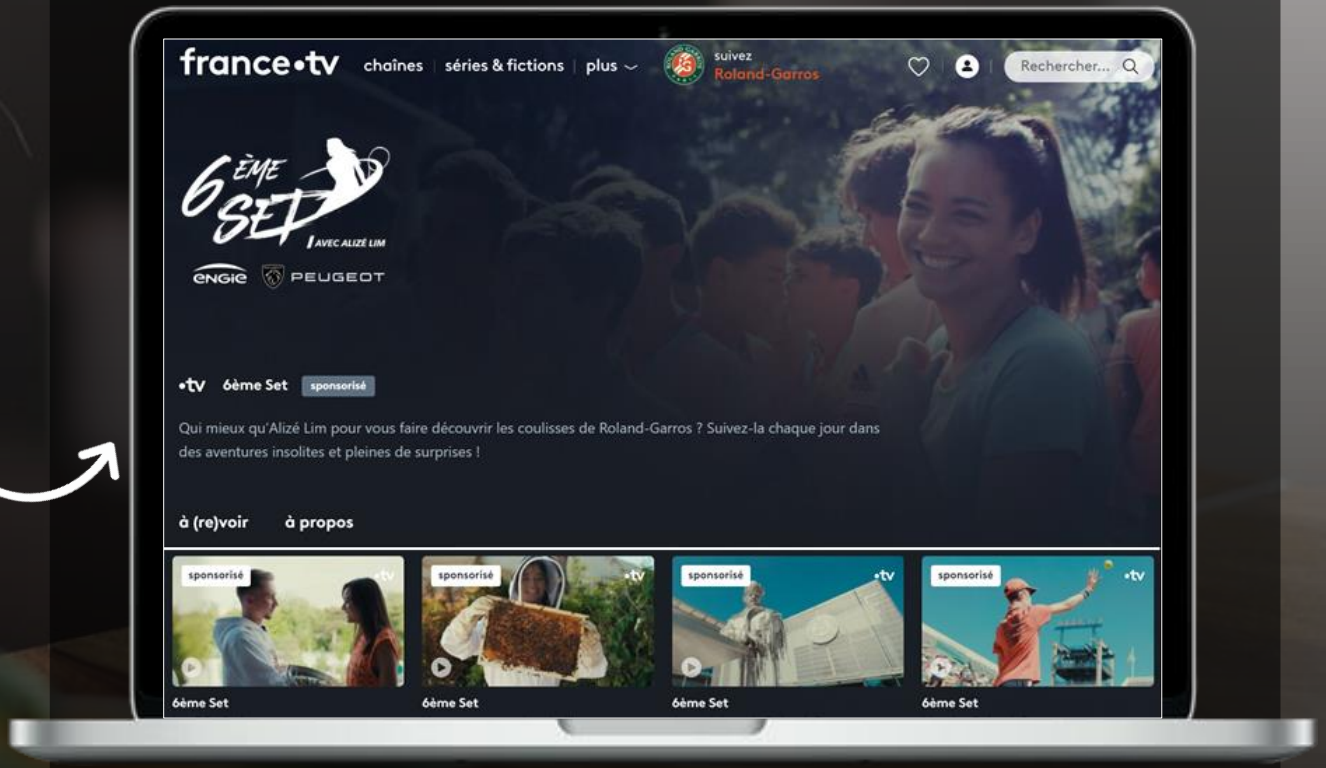
Objectifs : Engagement – Image de marque - Visibilité

Mise en avant de la chaine de marque en home page de

•2



Redirection vers la chaine de marque



ON A ÉCHANGÉ NOS RÉGIONS

« On a échangé nos régions » célèbre la convivialité, le partage et la découverte, valeurs chères du programme Masterchef.

Au sein des différents contenus créés, Georgiana Viou partira à la rencontre de Français passionnés de cuisine, habitant aux 4 coins de la France.
Son objectif sera de faire découvrir à ces Français des recettes d'une toute autre région que la leur !

Ainsi dans le Sud-Ouest, on fera découvrir la cuisine du Nord-Est, dans le Nord-Est la cuisine du Sud-Ouest, dans le Nord-Ouest la cuisine du Sud-Est etc.

Valeurs : Local – Convivialité – Partage - Patrimoine

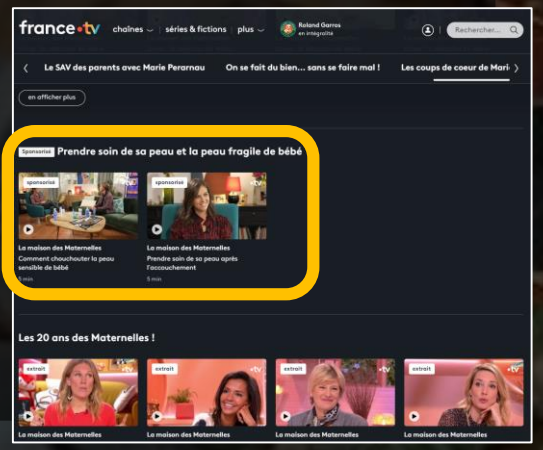
On a échangé nos régions

Objectifs : Engagement – Intéraction - Branding - Évènementialisation

PRODUCTION

- 4 épisodes de 2 à 3'
  - Chaque épisode se découpera en 4 grandes étapes : rencontre avec le passionné de cuisine / la découverte de produits régionaux pour la recette / préparation du repas / dégustation dans la convivialité
- 4 formats courts 30'' « résumés des épisodes »
- 4 formats 30'' « Teasers des épisodes »
- Incarnation et licence

- 1 carrousel hébergé sur la page programme Masterchef sur France.tv



MÉCANIQUE MÉDIA

Jeu concours sur les réseaux sociaux de Masterchef*** pour le recrutement des personnes que Georgiana ira rencontrer

france•tv | Diffusion 100% digitale des formats longs et courts *(en RG et autour du programme)*

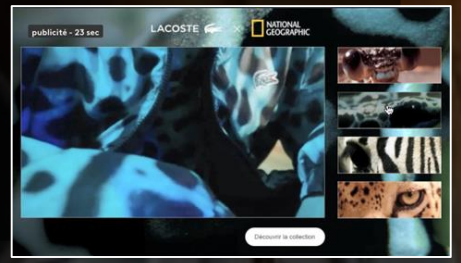
Les 4 x 30 secondes « Résumé »

Diffusion du format vidéo (pre et mid-roll) en IPTV
➔ *Objectif: visibilité & de complétion*
➔ *700 000 Impressions*

Diffusion du format vidéo (pre et mid-roll) auprès d'une cible affinitaire *
➔ *Objectif: redirection vers le carrousel sur la page programme*
➔ *500 000 Impressions*

Les 4 x 30 secondes « Teaser »

Diffusion évènementielle via un pre-roll enrichi ** autour du programme et en rotation générale. L'utilisateur devient acteur en choisissant la vidéo qu'il souhaite regarder
➔ *Objectif: interaction, événementialisation*
➔ *600 000 Impressions*



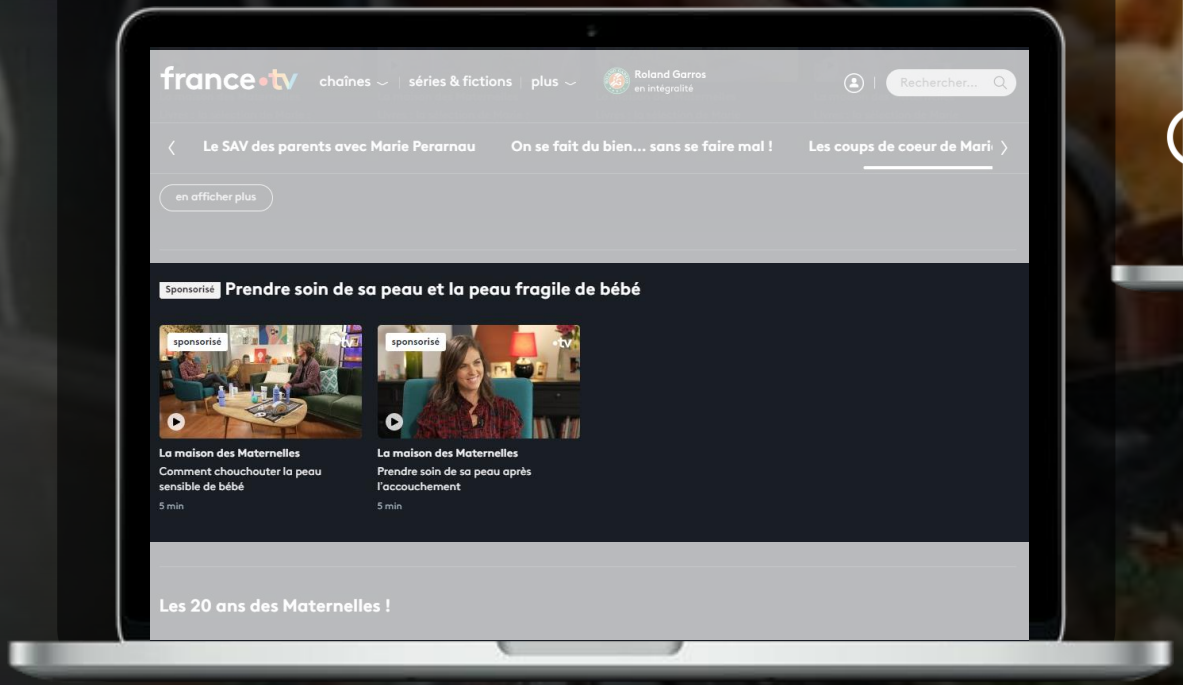
france•tvpublicité

*Diffusion du pre roll data uniquement sur Mobile/Tablette/ desktop
** Diffusion uniquement sur Mobile/Tablette/ desktop parmi l'offre Studio, en fonction de vos objectifs (trafic etc...)
*** Sous réserve de l'accord de l'éditeur

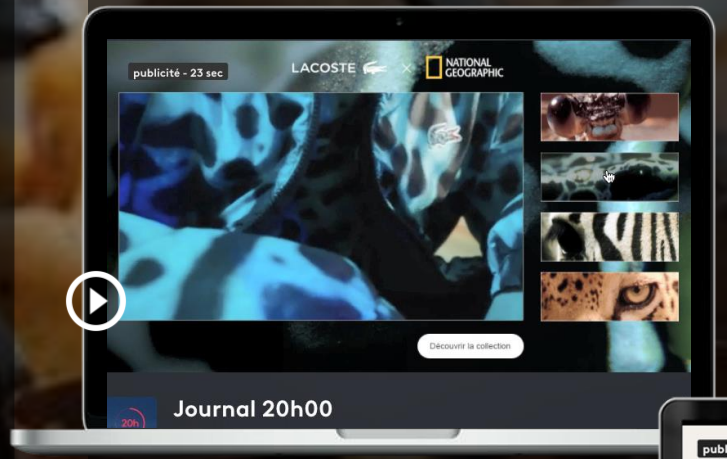
On a échangé nos régions

Objectifs : Engagement – Intéraction - Branding - Évènementialisation

Carrousel sur la page programme

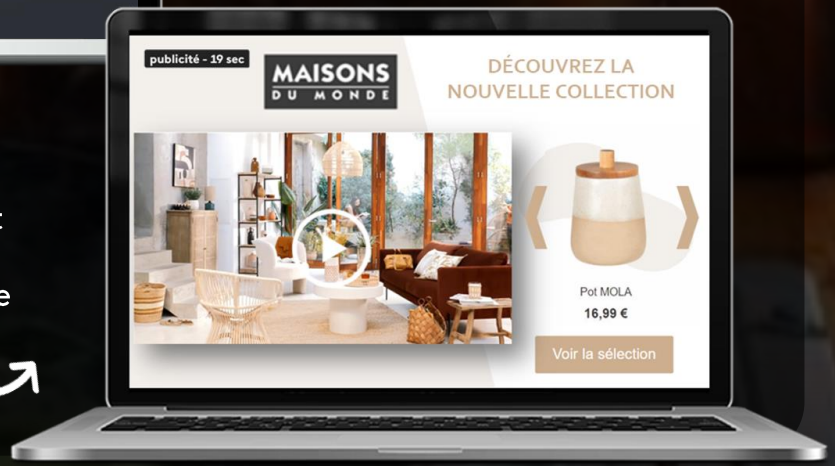


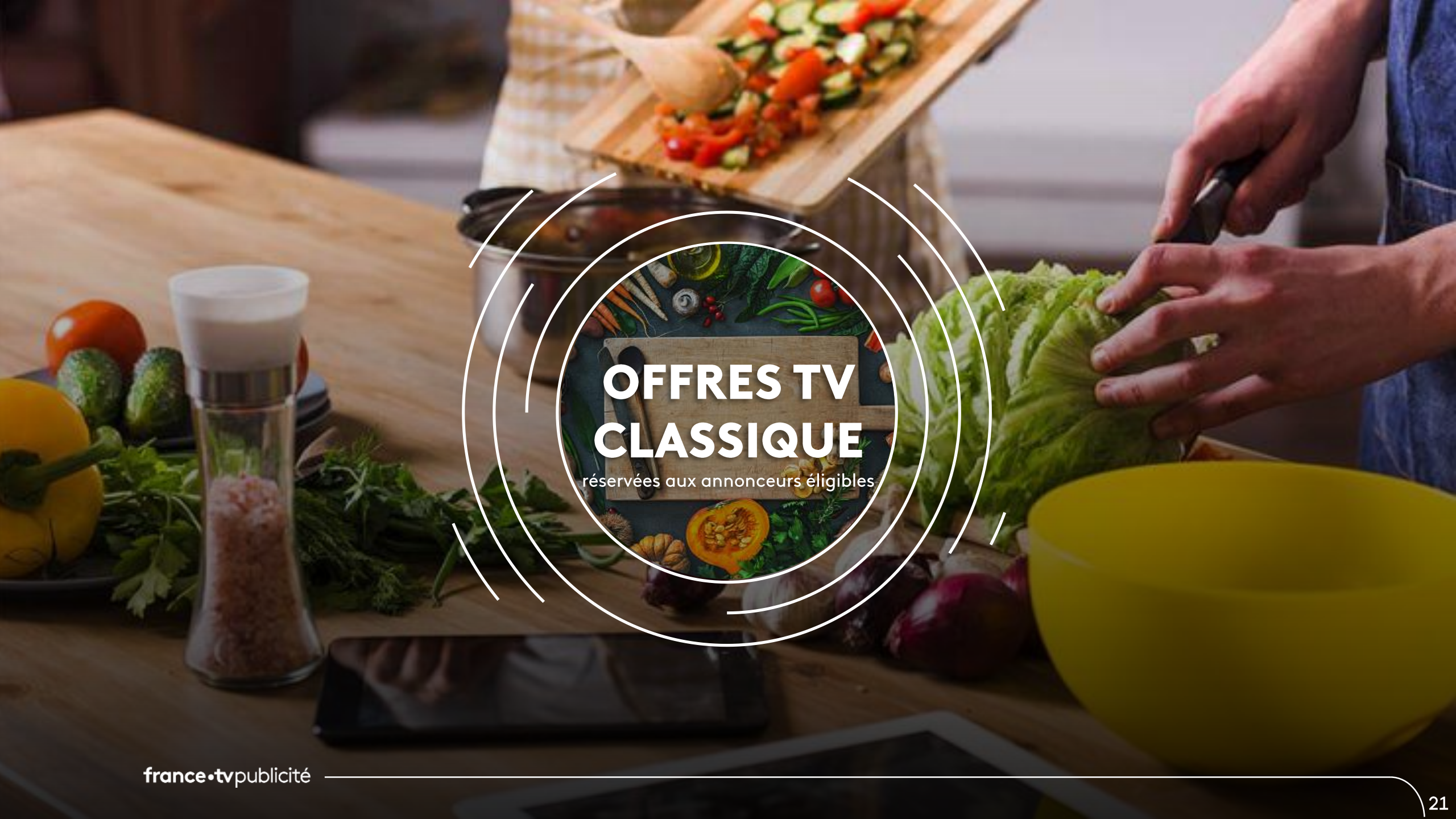
Format pre-roll enrichi
En fonction de vos objectifs



Format Studio « My Video » qui permet de capitaliser sur les contenus créés

Format Studio « Shopping » qui favorise la mise en avant d'un produit et driver to trafic vers une plateforme de e-commerce




OFFRES TV
CLASSIQUE
réservées aux annonceurs éligibles

Une prise de parole TV 100% après 20h: émergence garantie !

Un dispositif dédié aux collectives alimentaires !

Dispositif TV Classique 8 primes

Format 20''

Offre « Entrée »
Ecran 20.35 x 8 Primes – 8 Spots

Offre « Entrée + Plat »
Ecrans 20.35 & 22.22 - 16 spots

Offre « Entrée + Plat + Dessert »
Ecrans 20.35 et 22.22 + 20.35 la veille – 24 spots

Mécanique

Une émergence optimale autour de Masterchef dans des écrans courts soutenus par un programme cuisine de référence via des jingle thématisés

Déroulé des soirées Masterchef sur •2 :

Ecran 20.35	Un si grand soleil	Masterchef	Ecran 22.22

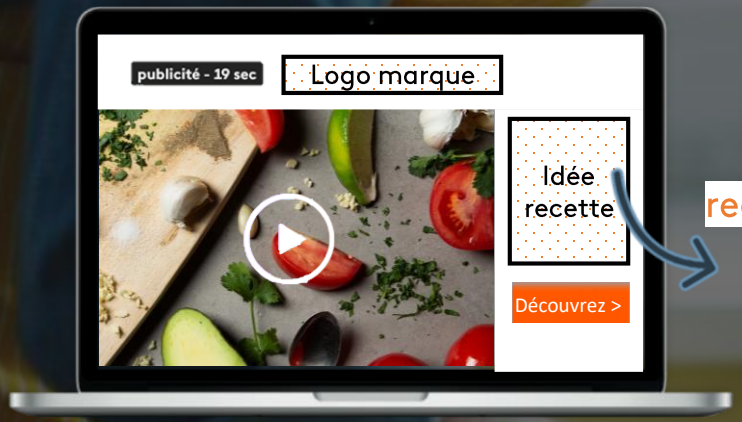
Déroulé des écrans :

Ecran			
Spot	Middle jingle thématisé	Spot collective	Jingle out thématisé

OFFRE
100% DIGITAL

Couvrez l'intégralité du programme et adressez vous à une cible captive

ALLEZ PLUS LOIN AVEC NOS FORMATS PRE ROLL ENRICHIS



Proposez une idée recette avec l'un de vos produits

Demandez aux utilisateurs de voter pour leurs produits préférés

•tv

Diffusion du format vidéo en pre et mid-roll sur l'intégralité du programme *

Diffusion de votre spot en TV segmentée et Replay IPTV auprès de la cible « Fan de cuisine »

PLACES LIMITÉES

france•tvpublicité

*Si formats enrichis, uniquement sur PC/Mobile et Tablette. Diffusion possible sur la page Youtube
** CPM base 20'' . Tarif hors pre roll enrichi, prévoir une majoration du CPM. Sous réserve d'inventaires disponibles. Si inventaires manquants, diffusion du b pre roll autour du pack Cuisine.

Sponso
Event
Masterchef
2022
www.francetvpub.fr
france•tvpublicité
Le monde change. La pub aussi.