

francetvpublicité
la marque des marques

***“FEEL
YOUR WAY”***

L'ACHAT D'UNE VOITURE NEUVE EST ENCORE TRÈS IMPLIQUANT ET SON CARACTÈRE ÉMOTIONNEL EXISTE TOUJOURS

francetv
publicité



France Télévisions Publicité et Ipsos s'associent à travers une étude innovante pour mieux comprendre les prises de paroles des annonceurs automobiles et la perception des téléspectateurs sur ces créations.

83%

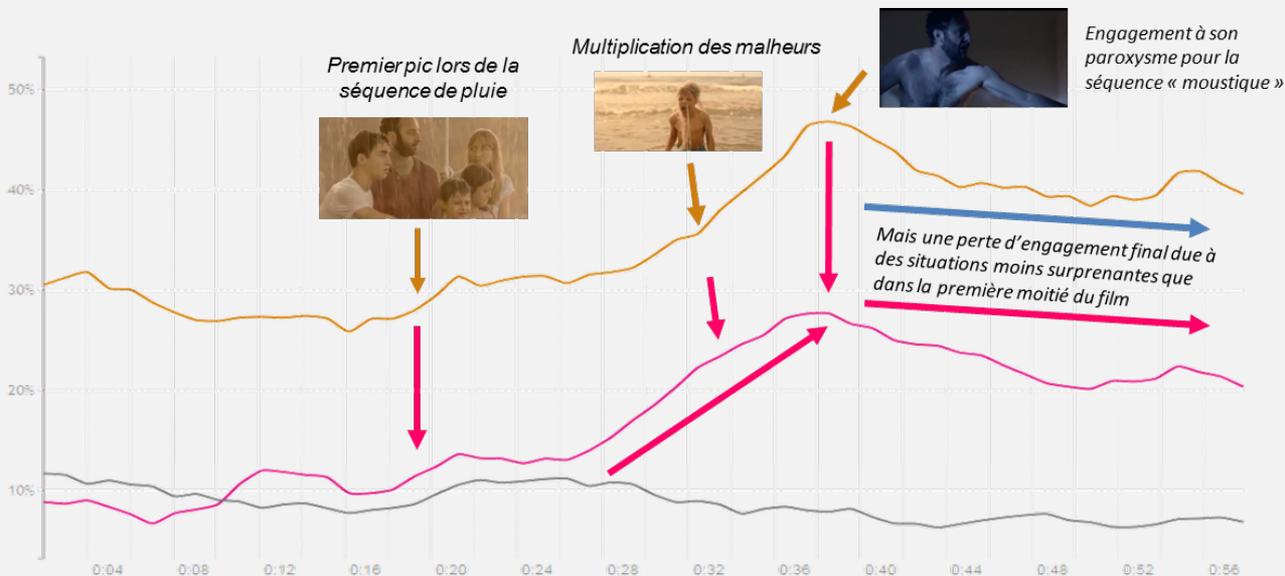
Des individus ont exprimé une émotion au cours d'une publicité automobile

>> fort taux d'engagement
(vs 75% pour l'alimentaire et 74% l'hygiène beauté)

L'émotion reste le centre de toutes les créations audiovisuelles du secteur automobile.



LES ÉMOTIONS POSITIVES SONT DÉCLENCHÉES PAR LE COMIQUE DE SITUATION



88 %
Des téléspectateurs ont été engagés

63,5 %
Ont manifesté une émotion positive

58 %
Ont manifesté une émotion négative

DES FONDAMENTAUX ÉMOTIONNELS QUI TRAVERSENT LES ÉPOQUES



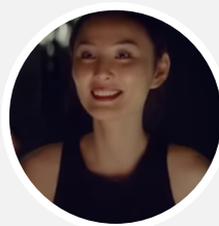
RÉCONFORTER :

Des mises en scène de **l'accompagnement de moments de vie** facilités et protégés



SÉRÉNISER :

Un story telling autour **d'espaces mobiles protégés et d'atmosphères sereines**



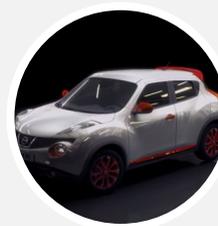
STIMULER :

Les sensations de conduite évoquées par des **scenarii à rebondissements**



DIVERTIR:

Une **connivence** cultivée autour de **récits humoristiques et décalés**



DIFFÉRENCIER:

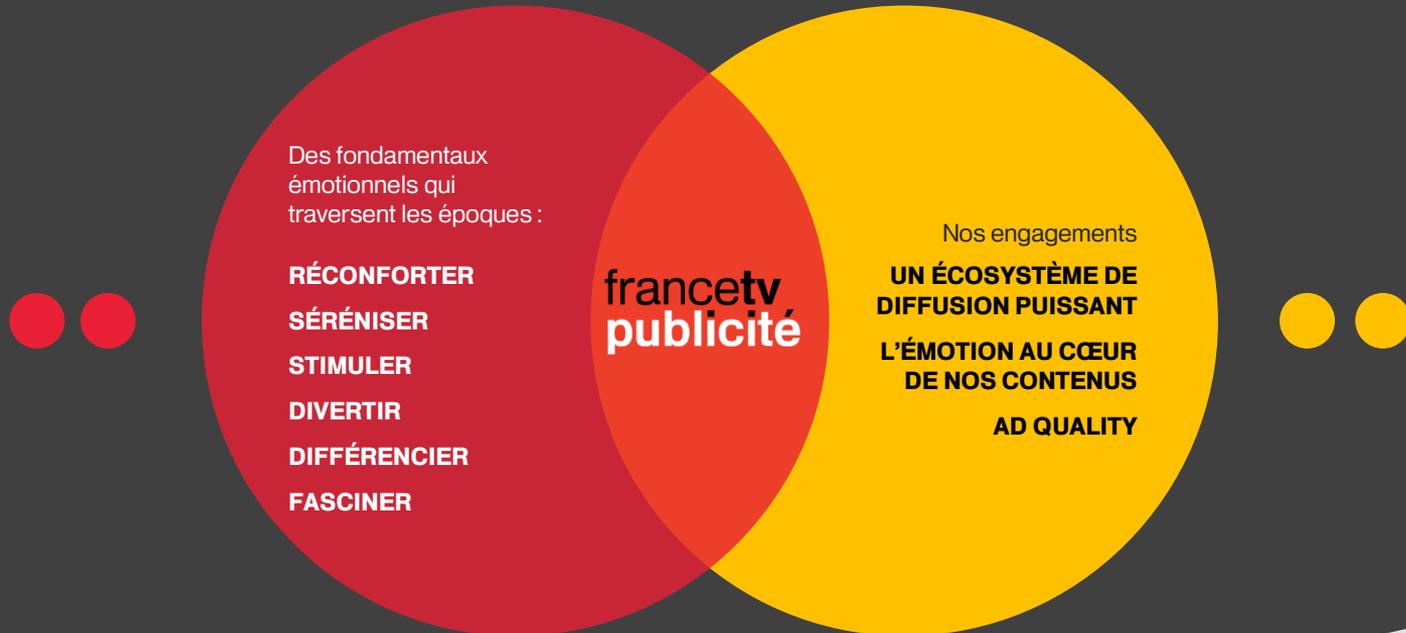
Une **valorisation du design** autour de récits sur l'affirmation de sa **personnalité**



FASCINER:

Une construction **d'univers sonores, visuels, linguistiques particuliers** et puissants

“ UNE RÉGIE CAPABLE DE METTRE EN VALEUR VOS CRÉATIONS...” - FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ



RÉCONFORTER, SÉRÉNISER

“ UNE RÉGIE CAPABLE D’OPTIMISER VOS ACHATS MÉDIA SUR UNE CIBLE QUALIFIÉE : LES NEWS CAR BUYERS” - *France Télévisions*

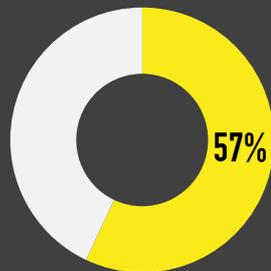
DAta
francetvpub

Qui sont-ils ?

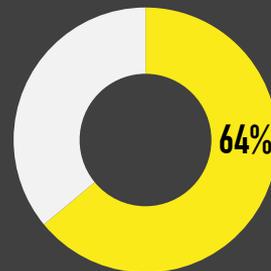
Ce sont les individus 18+ ayant acheté un véhicule neuf au cours des deux dernières années ou envisageant l'achat dans l'année à venir.



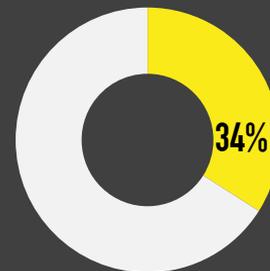
25-59 ans



Pouvoir d'achat moyenne sup à aisé
+2800€ de revenus mensuels bruts



ICSP+

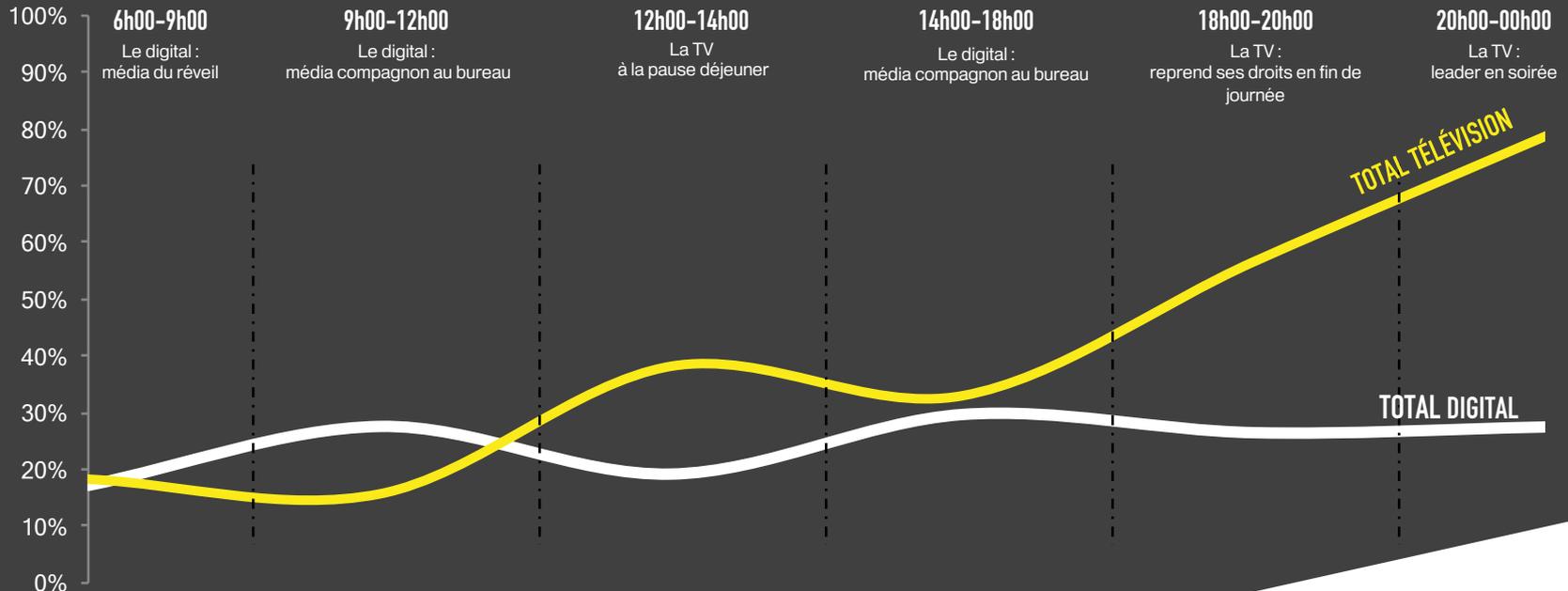


RÉCONFORTER, SÉRÉNISER

“ LA COMPLÉMENTARITÉ TV-WEB EST DE PLUS EN PLUS POUSSÉE ”

Yves Del Frate *Ceo d'Havas Média France*

New Car Buyers

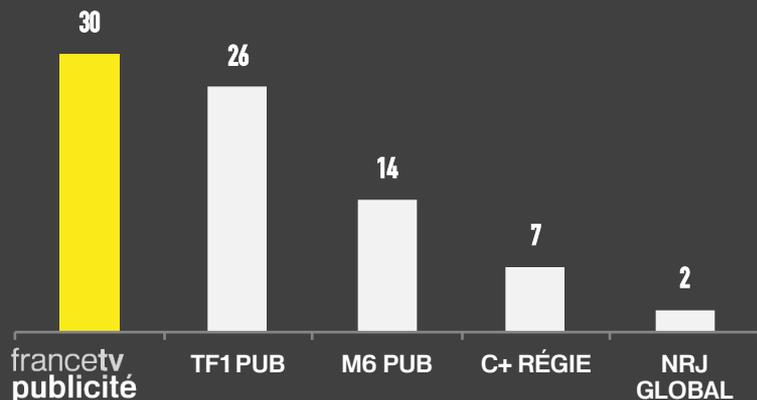


Source média in life : Cible : ind de 18+ avec intention d'achat Auto neuf ou occ dans les 12 mois prochains mois / L à V jan - fev 2016

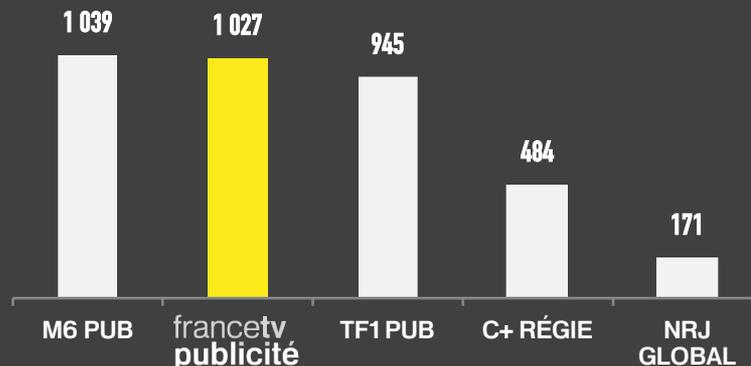
RÉCONFORTER, SÉRÉNISER

“UNE RÉGIE CAPABLE DE TOUCHER UNE AUDIENCE CAPTIVE AVEC NOTRE GRP DATA NEW CAR BUYERS” - *France Télévisions Publicité*

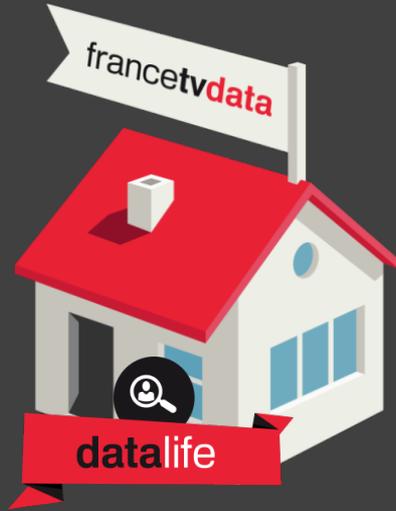
Ranking PDA New Car Buyers* en %



Ranking visiteurs uniques New Car Buyers** (000)



FASCINER AVEC NOTRE OFFRE DATA



Consommation média

Navigue principalement sur les contenus auto



Base de données marketing

Données qualifiées assurance/crédit auto



segment
intentionnistes auto

400 000

visiteurs qualifiés

FASCINER AVEC NOTRE OFFRE SPONSO APRES 20H

Communiquez avant et après 20h sur France télévisions en parrainage en exposant votre produit

INTÉGRATION DU PRODUIT dans les BB parrainage

NOUVEAU FORMAT : BB de 12 secondes

Un contexte publicitaire Favorable

L'encombrement publicitaire: pas de spot pub après 20h

Un nombre de parrains limité à 2*

Un format plus long après 20h*

+39% Souvenir spontané du parrain vs BB 8" sans produit

+13% Intention d'achat / de réservation vs BB 8" sans produit

