





● Édito

Le parrainage, comme les programmes courts, permettent aux marques de communiquer autour de contenus riches et diversifiés.

Cette forme de communication, différente de la publicité classique, notamment par son format, permet à l'annonceur de s'associer à une émission.

Les bénéfices pour les annonceurs sont multiples :

- Visibilité
- Transfert de valeurs
- Attractivité



● Fiche méthodologique

Des post-tests déployés par séquence



Mediametrie

● Objectif

**Evaluer l'efficacité des dispositifs de parrainage de FranceTV
Publicité**

● Méthodologie

**Interrogation de 600 à 1 000 personnes représentatives de la
population française âgée de 15 ans et plus à l'issue de la vague
de communication**

● Périmètre

86 post-tests réalisés entre 2017 et 2021



UNE SOLUTION SIMPLE

POUR TOUTES VOS PROBLÉMATIQUES



MAXIMISER SA NOTORIÉTÉ

GRÂCE À DES CONTENUS PUISSANTS ET/OU CIBLÉS

CRÉER LA PROXIMITÉ AVEC LA MARQUE

EN S'ASSOCIANT À DES RENDEZ-VOUS RÉGULIERS

SUSCITER L'INTENTION D'ACHAT

EN CRÉANT DE L'ÉMOTION ET DU LIEN AVEC LE TÉLÉSPECTATEUR

SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE

EN ÉMERGEANT DANS UN ENVIRONNEMENT DE QUALITÉ

LE PARRAINAGE SUR france.tv, UNE EFFICACITÉ PROUVÉE !

NOTORIÉTÉ

SPONTANÉE

Gain de notoriété entre exposés / non exposés

+6pts

IMAGE

DE LA MARQUE

Gain d'image entre exposés / non exposés

+18pts

ATTRACTIVITÉ

INTENTION D'ACHAT

Gain d'image entre exposés / non exposés

+20pts



Une excellente mémorisation des parrains



Des gains de notoriété conséquents



Une image de marque et une attractivité qui progressent largement



● **Pour en savoir plus**

Votre contact habituel

Ou

Contact études

Fabien DAVID

fabien.david@francetvpub.fr