





● Édito

Les programmes courts permettent aux marques de communiquer autour de contenus riches et diversifiés.

Ils sont de plus en plus appréciés pour l'intérêt des thématiques abordées, les conseils pratiques et la sensibilisation à des sujets de société.

Les éléments de forme contribuent à cette image positive par le format, le rythme et le traitement.

L'ensemble de ces éléments permettent aux programmes courts de bénéficier d'un niveau d'agrément de

92%

Avec les programmes courts, les marques se dotent de nouvelles qualités : expertise, empathie, proximité



● Fiche méthodologique

Des post-tests déployés par séquence



● Objectif

Evaluer l'efficacité des dispositifs de programmes courts 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

80 post-tests

DES LEVIERS D'ACTIVATION VARIÉS

NOURRIR

UN TERRITOIRE DE
COMMUNICATION

BÉNÉFICIER

D'UN TRANSFERT
DE VALEURS

RENFORCER

LA CRÉDIBILITÉ
DE LA MARQUE

ENRICHIR

LE DISCOURS
PUBLICITAIRE

DÉVELOPPER

LA NOTORIÉTÉ

TRAVAILLER

LA PRÉSENCE À L'ESPRIT
AVEC UN RDV RÉGULIER

SE DIFFÉRENCIER

PAR UNE PRISE DE
PAROLE ORIGINALE

PROFITER

DE LA PUISSANCE DES
CHAINES ET DES SITES

● Un format qui répond à différents objectifs

Une relation triangulaire entre la marque, france.tv et le téléspectateur.

Un vrai statut d'émission à part entière signé par la marque.

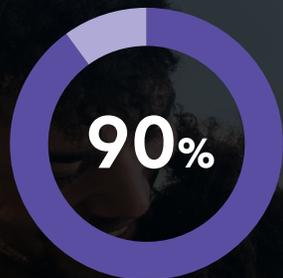
Un contenu qui se distingue par :

- un ton, un regard optimiste
- une proximité avec un effet « miroir »
- une approche de conseil et de service
- une expertise, une forte crédibilité

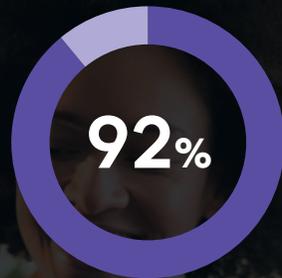
SCORE MOYEN D'AGRÉMENT

BASE EXPOSÉS AU MOINS UNE FOIS

2010/2021

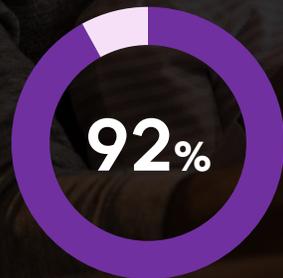


SCORE MOYEN
2021*

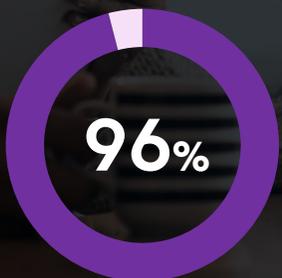


BASE FORTEMENT EXPOSÉS

2010/2021



SCORE MOYEN
2021*



● Et de plus en plus plébiscité

Les programmes courts sont de plus en plus appréciés pour :

- l'intérêt des thématiques abordées
- les conseils pratiques
- la sensibilisation à des sujets de société

Les éléments de forme contribuent à cette image positive :

- le format > court, bref
- le rythme > vivant, dynamique
- le traitement > précis, concis

IMPACT

SOUVENIR ASSISTÉ

Exposés au moins une fois

34%

NOTORIÉTÉ

SPONTANÉE

Gain de notoriété entre
exposés / non exposés

+6pts

IMAGE

DE LA MARQUE

Gain d'image entre exposés /
non exposés

+20pts

● Une efficacité prouvée



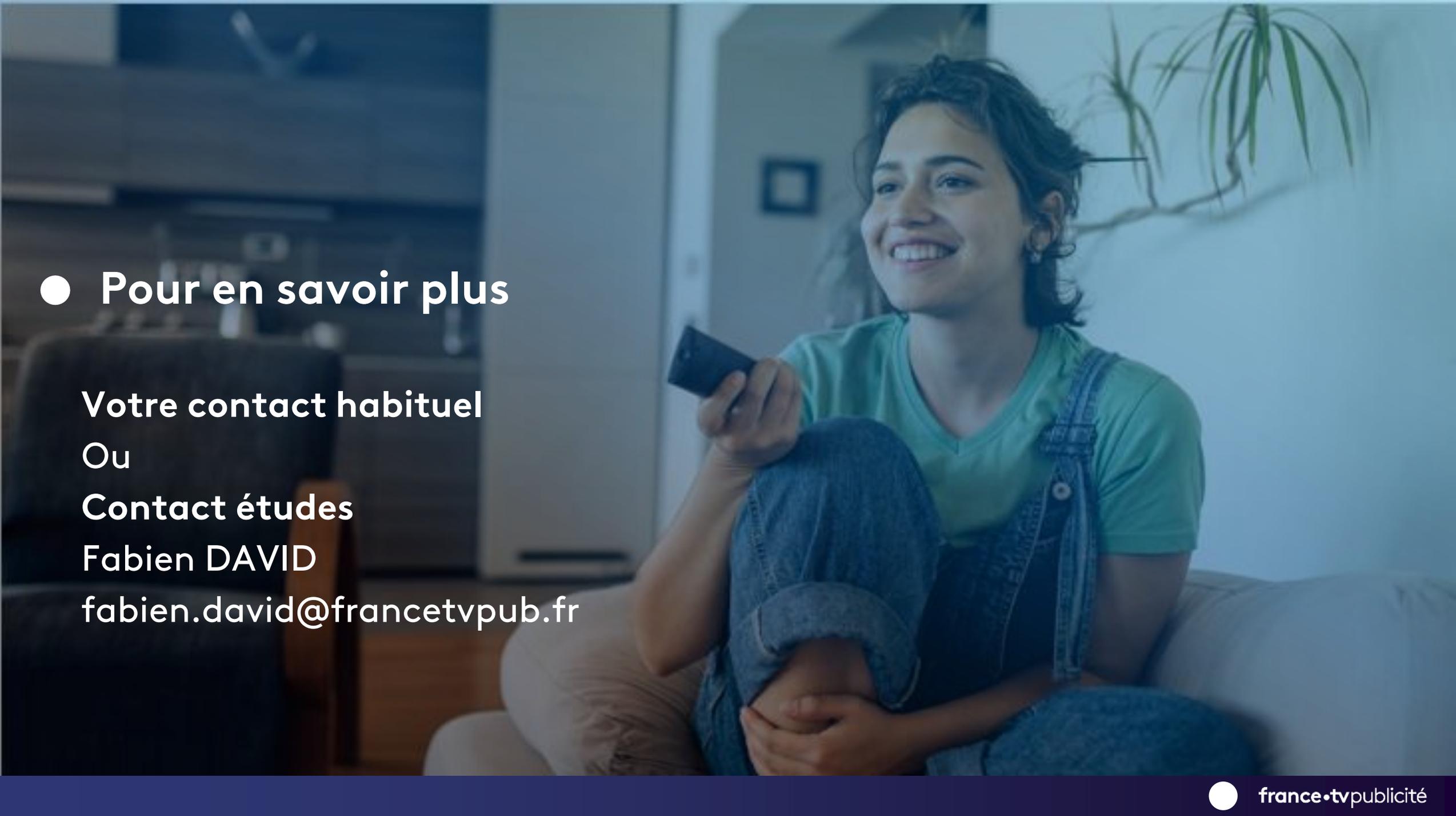
Une excellente mémorisation
des parrains



Des gains de notoriété conséquents



Une image de marque qui progresse
largement



● **Pour en savoir plus**

Votre contact habituel

Ou

Contact études

Fabien DAVID

fabien.david@francetvpub.fr

