



# Digest post tests multiscreen Tour de France 2023

Principaux résultats & enseignements



# Édito

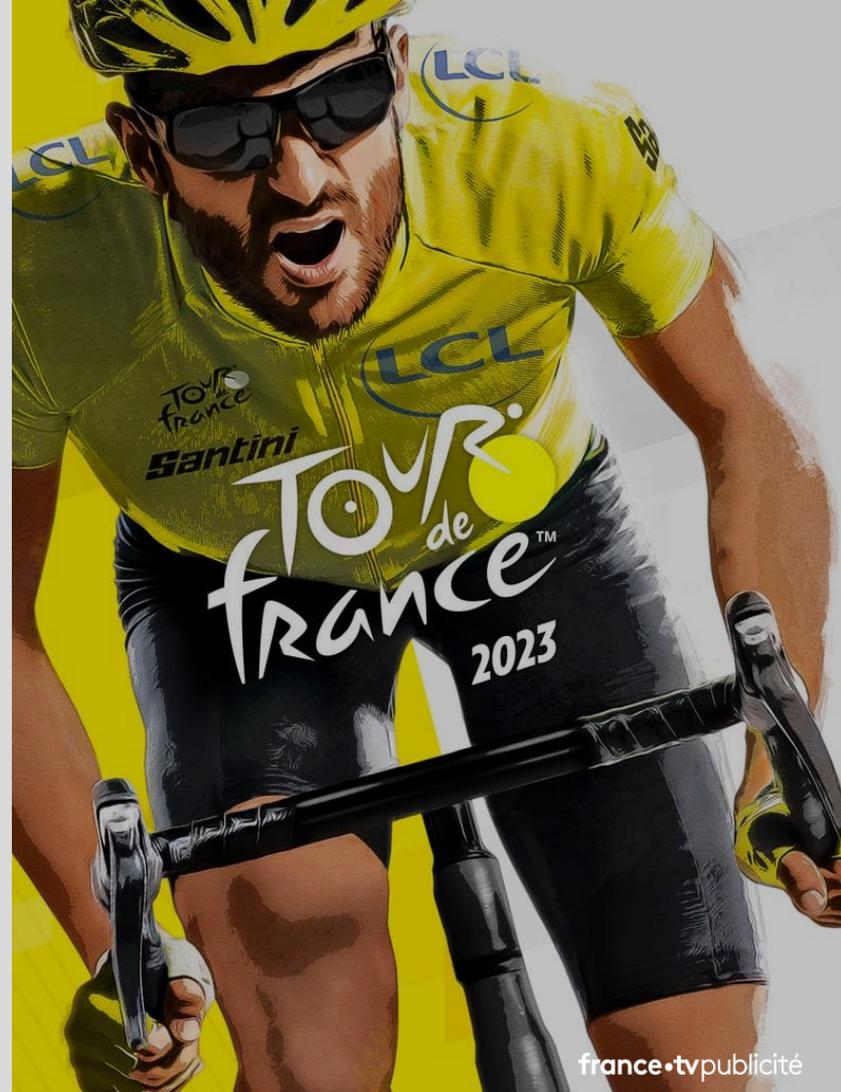
Pour l'édition Tour de France 2023

Après une année 2022 exceptionnelle avec le lancement du Tour de France femmes, France Télévisions, diffuseur historique de la plus grande course cycliste au monde, propose une nouvelle fois sur ses antennes de vivre un mois de passion, d'émotion et de ferveur avec ces hommes et ces femmes, héros de juillet.

Du 1er au 23 juillet, le peloton hommes s'est élancé du Pays basque pour la 110e édition du Tour de France, tandis que du 23 au 30 juillet, les femmes sont parties de Clermont-Ferrand pour la deuxième édition du Tour de France Femmes.

Des audiences records et qui progressent encore cette année sur les antennes de France Télévisions :

- Une couverture exceptionnelle avec 42,5 millions de français soit 75% de la population française
- Des après-midis exceptionnelles avec la meilleure audience moyenne depuis 2011 [4,2 millions]
- Record historique de durée d'écoute individuelle : un Français a regardé en moyenne 5 heures et 55 minutes du Tour sur nos antennes.
- France 2 est première chaîne de France pour les 3 premières semaines de juillet avec une PDA moyenne de 19,2%



# Méthodologie

Pour l'édition Tour de France 2023



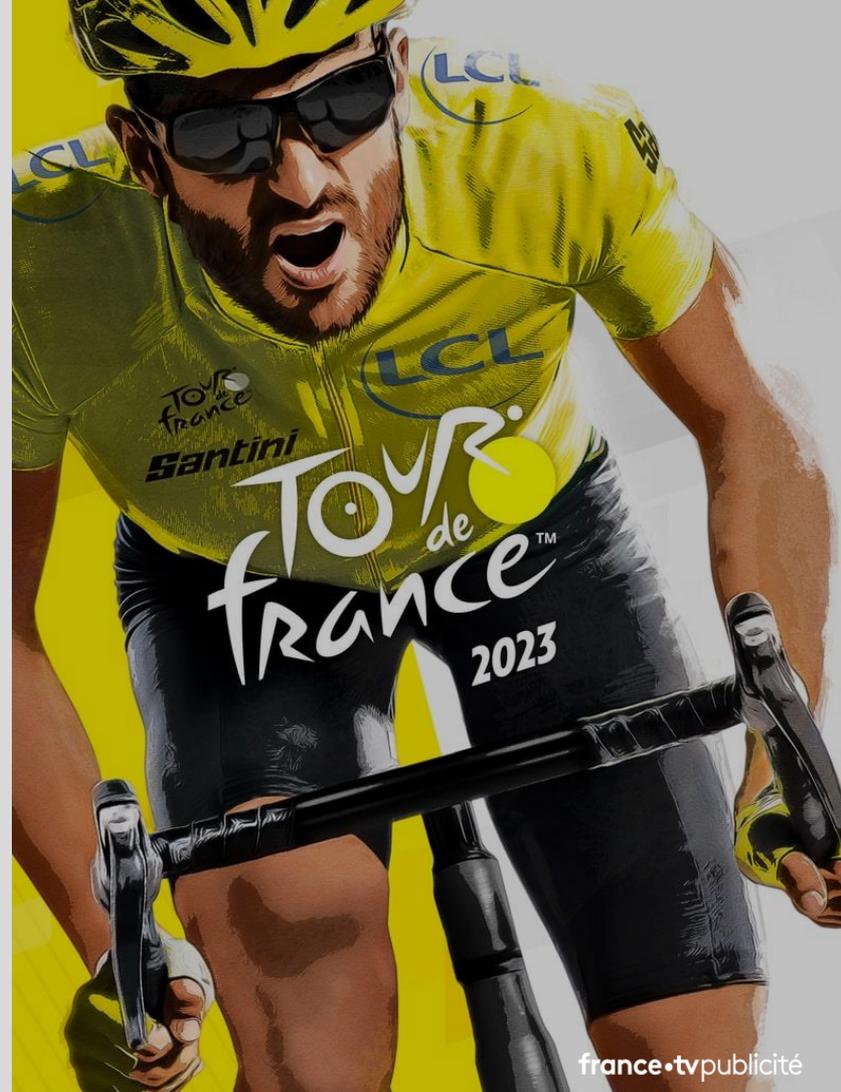
## Objectifs

Mesurer l'efficacité publicitaire du dispositif multiscreen pour chacun des annonceurs et ainsi :

- Identifier la consommation et la couverture de l'événement sur les écrans de France Télévisions
- Mesurer l'impact global de l'opération et l'apport de chacun des écrans (TV, écrans digitaux) en termes de visibilité et de mémorisation
- Évaluer les retombées de l'opération sur les marques : effets sur les indicateurs de notoriété, d'image, d'attractivité et les synergies entre les différents devices

## Approche

- Interrogation de 1.481 individus de 15 ans et + via un questionnaire de 20 minutes : échantillon principal de 1229 individus + sur-échantillon de 252 individus exposés aux supports digitaux PC / Smartphone / Tablette (exposition déclarée)
- Terrain du 27 juillet au 9 août 2023



# Un très bon souvenir assisté d'au moins un partenaire qui croit avec l'exposition aux différents dispositifs

**60%**

se souviennent d'au moins un élément de campagne, quelle que soit la marque

Souvenir assisté au moins 1 parrain

**53%**



Souvenir assisté au moins 1 marque en tv classique

**39%**



Souvenir assisté au moins 1 marque en digital

**44%**



# Également un bon niveau de reconnaissance d'au moins un élément de campagne toutes marques confondues

**73%**

se souviennent d'au moins un élément de campagne, quelle que soit la marque

Reconnaissance assistée au moins 1 parrain

**51%**



Reconnaissance assistée au moins 1 marque en TV classique

**65%**



Reconnaissance assistée au moins 1 marque en digital

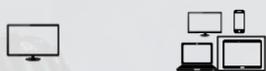
**49%**



# Des gains significatifs de notoriété et d'image favorisant l'attractivité des marques

## NOTORIÉTÉ

Gains moyens



Notoriété top of mind

+3 points

+7 points

Notoriété spontanée

+6 points

+11 points

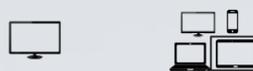
Notoriété assistée

+1 point

+4 points

## IMAGE

Gains moyens



« ST d'accord »

+7 points

+15 points

## ATTRACTIVITÉ DE MARQUE

Gains moyens



« ST Oui »

+6 points

+17 points