

2
3



Offre Spot'light 14 Juillet

MADE IN FRANCE 2020



MADEINFRANCE

A L'OCCASION DES CÉRÉMONIES DU **14 JUILLET**,
FRANCETV PUBLICITÉ VOUS PROPOSE
DE VOUS ASSOCIER À SES **ÉCRANS CONTEXTUALISÉS**
AUTOUR DE LA THÉMATIQUE DU **MADE IN FRANCE !**

LA PROXIMITÉ, PILIER DE LA CONSOMMATION D'UNE SOCIÉTÉ POST CONFINEMENT

56%

Des Français attendent de la Grande Distribution qu'elle soutienne les producteurs français*

58%

Des Français souhaitent consommer plus local**

* Source : étude « regards croisés » happydemics (AVRIL 2020)

**Source : Etudes : que veulent les français après le confinement, Yougov pour Society (AVRIL 2020)

LE MADE IN FRANCE, MOTEUR DE LA RECONSTRUCTION DE L'ÉCONOMIE ET DE NOTRE SOUVERAINETÉ

53%

des Français pensent que « la production nationale et locale » est le critère qui gagnera le plus d'importance dans leurs choix de consommation post-crise*

HUFFPOST

POLITIQUE 31/03/2020 15:09 CEST | Actualisé 31/03/2020 15:16 CEST

Face au coronavirus, Macron en chantre du made in France

Le chef de l'État a remercié les salariés de l'usine de masques Kolmi-Hopen et ceux qui aident le pays à "reconquérir sa production" face au Covid-19.

Par Anthony Berthelier

L'EST RÉPUBLICAIN

Coronavirus

Made in France : et si on relocalisait ?

L'épidémie a révélé la dépendance de la France en médicaments et équipement médical. La souveraineté économique en matière de santé publique redevient un enjeu vital, et le "made in France" est au cœur des débats sur la relance et sortie de crise.

Par **Nathalie CHIFFLET** - 14 avr. 2020 à 06:02 | mis à jour à 06:24 - Temps de lecture : 4 min

*Source : étude « regards croisés » happydemics (AVRIL 2020)

LA CONFIANCE EST UN PRÉREQUIS POUR CONVAINCRE SUR DES ENJEUX SI ESSENTIELS

88%

des téléspectateurs jugent les chaînes de France TV **sérieuses**

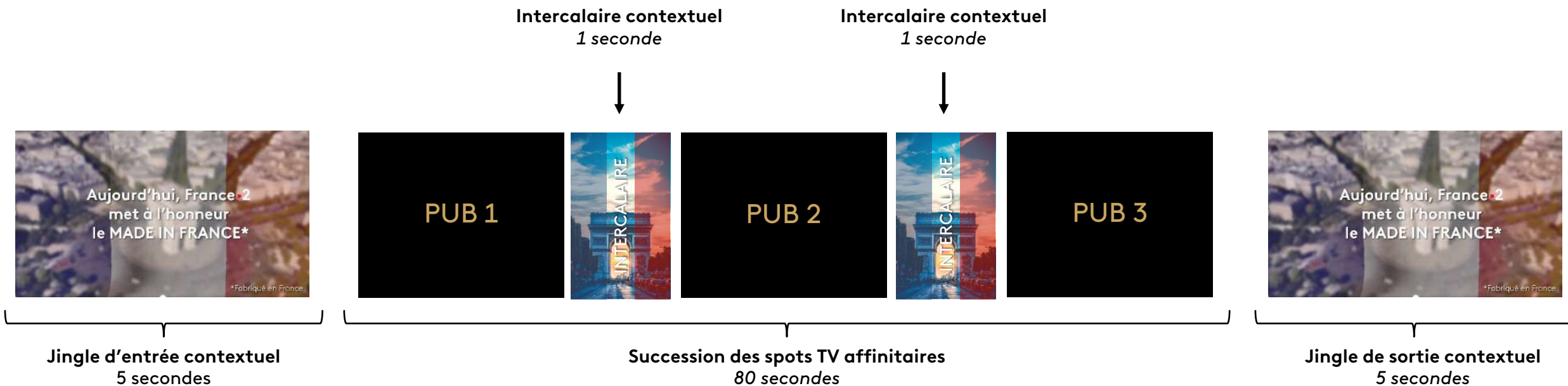
+17 pts vs les chaînes privées



Confiance (Note 8-10)

UN ECRAN SPOT'LIGHT

UN ÉCRIN PREMIUM, CONTEXTUEL ET AFFINITAIRE



UN FORMAT EFFICACE

BÉNÉFIQUE POUR L'ANNONCEUR

80%

des exposés
ont trouvé
les dispositifs
ORIGINAUX

71%

« me donne
une **IMAGE
INNOVANTE**
de la marque »

71%

« **DIFFÉRENCE**
la marque de ses
concurrents »

+7 PTS

Intention
d'**ACHAT**
*Cellule des exposés
vs cellule des témoins**

#MADEINFRANCE

EN TV LE 14 JUILLET 2020

Préemptez les écrans « Made in France », à l'occasion du 14 juillet 2020

Ces écrans seront introduits par un jingle créé spécialement pour l'événement .

Entrée/sortie : « Aujourd'hui, France 2 met à l'honneur le Made in France »

Le 14 juillet 2019 sur :

- **2** 2 spots à 13.33 et à 19.53 dans un contexte JT

13 HEURES LE JOURNAL 3,3M Téléspectateurs 4+

20 HEURES LE JOURNAL 5,8M Téléspectateurs 4+

- **3** 2 spots à 12.53 et à 19.53 dans un contexte JT

12-13 JOURNAL NATIONAL 1,7M Téléspectateurs 4+

19-20 JOURNAL NATIONAL 3M Téléspectateurs 4+

Sous réserve de validation définitive de l'éditeur, sous réserve de disponibilité



#MADEINFRANCE

OFFRE DIGITAL 14 JUILLET



Home page en exclusivité sur
Météo France 350K impressions
garanties (1 place)

5K€

france•tv

Offre vidéo 333K impressions
garanties (5 places)

5K€

#MADEINFRANCE

ANNEXE

Tarif Base 30 secondes

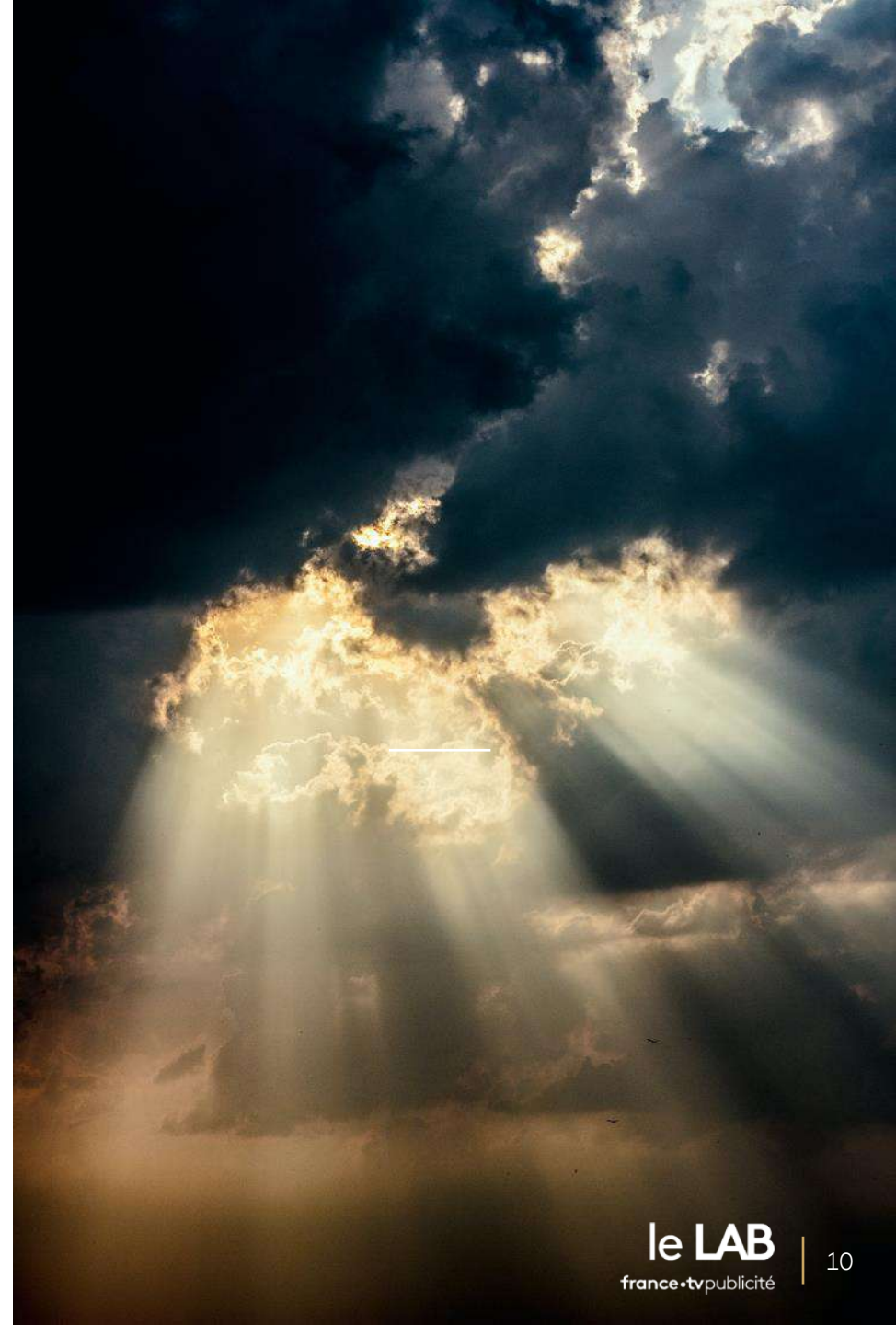
2	ÉCRANS		contexte	TARIF INITIAL		
				SECTEUR 1	SECTEUR 2	SECTEUR 3
	Création	1333	écran MADE IN France	5 900 €	7 700 €	8 000 €
	Création	1953	écran MADE IN France	15 400 €	15 800 €	17 200 €

3	ÉCRANS		contexte	TARIF INITIAL		
				SECTEUR 1	SECTEUR 2	SECTEUR 3
	Création	1253	écran MADE IN France	3 900 €	3 800 €	3 900 €
	Création	1953	écran MADE IN France	6 300 €	9 700 €	9 900 €

Estimations de Performances*

Cibles	GRP France 2		GRP France 3		Total
	13.33	19.53	12.53	19.53	
Made in France	3,9	6,6	3,1	4,1	17,8
Bio Attentif	4,9	6	3	3,3	17,1
Green Spirit	4,2	5,7	3,2	3,9	17
FRDA-50	1,6	2,7	1	1	6,4
25-49	1,8	2,5	1	1	6,3
25-59	2,2	3,7	1,3	1,8	8,9
35-49	2	3,1	1,1	1,3	7,5
35-59	2,4	4,4	1,4	2,2	10,3
35+	4,2	6,1	2,7	3,9	16,9

* Pas de garantie sur les performances



23/06/2020

SPOT'LIGHT



www.francetvpub.fr

france•tvpublicité