

france•tvpublicité

CAP 2022

**LA NOUVELLE
PERFORMANCE
PUBLICITAIRE**

SYNTHÈSE DES CONDITIONS COMMERCIALES

francetvpub.fr





MARIANNE SIPOUDHIS
DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE FRANCETV PUBLICITÉ

CAP 2022 LA NOUVELLE PERFORMANCE PUBLICITAIRE

Le plus fort de la crise semble derrière nous, mais tout n'est pas terminé : nul ne sait ce que réservera 2022. Ce qui est certain en revanche, c'est que le temps de la relance est arrivé. Pour 2022, chez FranceTV Publicité, nous sommes déterminés à vous accompagner dans cette relance.

Quels seront les ingrédients de cette relance ? Notre capacité à redonner toute sa désirabilité à la consommation, bien sûr. Mais aussi, parce que le monde a changé, notre aptitude à répondre aux nouvelles attentes sociétales. Selon l'étude exclusive que nous avons conduite avec IPSOS en 2021 sur la confiance, 76% des personnes interrogées accordent plus de confiance aux marques et aux entreprises dont elles partagent les engagements. Notre proposition est donc la suivante : aller ensemble vers une nouvelle performance qui répond à ces nouveaux enjeux.

Construire ensemble un monde plus durable, c'est notre premier défi commun. En 2022, nous offrirons toujours plus d'espace à la Responsabilité, en doublant le nombre de nos écrans affinitaires et puissants réservés aux produits et aux démarches les plus respectueux de l'environnement, dont 83% des personnes interrogées avaient reconnu la capacité de sensibilisation. En 2022, nous vous proposerons également de bénéficier d'une offre de services exclusive pour mesurer vos items de marque liés à la RSE.

Mettre à votre service notre proximité avec les territoires, c'est notre seconde promesse. Le local est devenu central : qu'on soit annonceur national ou 100% local, se l'approprier est devenu un enjeu de performance. En proposant la première offre régionale 5 écrans, en mettant à votre disposition de nouvelles cibles qui correspondent à la réalité du quotidien des Français et en simplifiant l'achat de TV segmentée pour les réseaux d'enseignes, nous construirons avec vous cette nouvelle performance.

Enfin parce que l'incertitude de la conjoncture économique nécessite d'être toujours plus agile et plus efficace, nous continuerons d'innover pour simplifier encore les processus d'achat grâce à notre plateforme ADspace, et de nous engager toujours plus fortement, à vos côtés, sur vos objectifs business.

La période que nous vivons est paradoxale : il faut composer avec les nouveaux critères de consommation axés sur le temps long et les circuits courts, tout en répondant à l'urgence de la relance. Nous sommes à vos côtés pour la traverser.

Le monde change. La pub aussi.

**NOTRE CAP POUR 2022 :
LA NOUVELLE
PERFORMANCE
PUBLICITAIRE,
AVEC 5 ENGAGEMENTS.**



CONSTRUIRE UN MONDE DURABLE

france•tv *responsable*

— **ACCOMPAGNER LE DISCOURS DE TRANSFORMATION DES ENTREPRISES** en valorisant leurs actions responsables avec notre gamme **Territoire Responsable**.

— **DONNER TOUJOURS PLUS D'ESPACE À LA RESPONSABILITÉ** avec nos **Ecrans Durables** dédiés aux communications portant sur des actions, produits et comportements durables.

— **FAIRE DE LA PUBLICITÉ LE LEVIER D'UN IMPACT POSITIF ET DURABLE** en créant un cercle vertueux qui réconcilie Responsabilité et performance publicitaire :

- En TV avec l'offre de service **Partenaire Durable** pour les annonceurs les plus engagés sur nos écrans durables.
- En digital, avec **Goodvertising**, l'offre publicitaire utile et solidaire basée sur une mécanique inédite de **don participatif** ou **don d'impressions** auprès d'associations proposées par l'annonceur ou FranceTV Publicité.

— **PLUS D'AUTOMATISATION** en simplifiant l'accès à nos offres avec les achats automatisés des écrans responsables (Green et Durables) dans ADspace.



FAIRE RAYONNER LES TERRITOIRES

france•tv *local*

— **PLACER LA TV AU CŒUR DE LA CONVERGENCE LOCALE ET ACHETER, ENFIN, LA TV RÉGIONALE AU CPM !** C'est le sens de nos dispositifs **Régions Impact**, les premières offres régions 5 écrans sur la base d'un CPM unifié en TV et Digital (F3 régions, france.tv) et **Régions Impact+** (F3 régions, france.tv, adressable.tv LOCAL).

— **CRÉER 3 NOUVEAUX CIBLAGES PUBLICITAIRES SPÉCIFIQUES À FRANCETV PUBLICITÉ,** avec l'offre **adressable.tv Local** pour être au plus proche des besoins locaux :

- **Bassin de vie,**
- **Temps de trajet,**
- **dataMétéo** (activation d'une campagne en fonction du contexte météorologique et de critères géographiques grâce à une data riche et référente fournie par Météo-France).

— **FAIRE DU LOCAL LE PREMIER TERRAIN DE JEU DE L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE :**

- en accélérant sur l'automatisation pour faciliter l'accès à la TV aux TPE-PME avec **ADspace entreprises**.
- en concluant des alliances technologiques pour rendre l'achat de la TV segmentée possible par les réseaux d'enseignes via **l'interopérabilité avec les plateformes média locales** (premier partenariat avec **Adcleek**). C'est notre nouvelle offre servicielle **adressable.tv Réseaux**. De futures alliances avec d'autres plateformes média locales verront le jour courant 2022.



S'ENGAGER SUR LA PERFORMANCE BUSINESS

france•tv *performance*

— **PILOTER LA PERFORMANCE AVEC LES KPI BUSINESS DES MARQUES**, en complément des KPI média traditionnels. FranceTV Publicité a toujours été **une régie pionnière** dans cette expertise et a su s'engager en prenant des risques avec les clients.

- Notre expérience a été éprouvée depuis plus de 5 ans dans le management et l'optimisation de campagnes **Drive To Web**, comme dans les campagnes dites **au rendement**. Nos équipes commerciales, marketing, études, data, planning et créatives sont rodées.
- L'efficacité de FranceTV Publicité est démontrée par l'économétrie : en effet, **1 € net investi génère 17,6 € de ROI soit + 29%** vs la moyenne vague TV.
(Source CSA Consulting, 3 ans de données, 170 campagnes)

— ÉLARGIR LES OFFRES À LA PERFORMANCE ET RENFORCER NOS ENGAGEMENTS

En 2022, nous accélérons et avons l'ambition d'industrialiser notre démarche en élargissant nos offres à la performance avec 3 nouvelles offres :

- **ROI Partenaire** : engagement sur les ventes avec l'élargissement de l'offre à **tous les secteurs** (vs 4 secteurs en 2021) ;
- **Business Partenaire** : offre **au rendement** (selon les KPI du client, par exemple : abonnement, leads, prise de RDV...);
- **DTW Partenaire** : offre TV **au CPV** (garantie de visites).



SIMPLIFIER L'ACHAT PUBLICITAIRE

— POURSUIVRE L'AUTOMATISATION, en étant toujours plus agile et innovant pour **simplifier** et **faciliter** l'achat publicitaire TV.

ADspace, notre plateforme d'achat premium en 1 clic, a été lancée en avril 2019.

Aujourd'hui, **400 acheteurs média** sont connectés tous les jours et **50% de notre CA TV** passe par ce mode transactionnel. En 2022, la plateforme personnalisée d'achat en 1 clic poursuit son déploiement en matière d'offres et de services.

— LANCER DE NOUVELLES OFFRES EXCLUSIVES POUR LE PARRAINAGE

Les offres exclusives ADspace s'étendent au parrainage TV ! Accessibles dans la rubrique « Parrainage » d'ADspace, ces offres d'opportunités sont mises à disposition environ 8 semaines avant la diffusion.



GARDER TOUJOURS UN TEMPS D'AVANCE SUR LA TV SEGMENTÉE

adressable.tv

— Un an après la sortie de son offre **adressable.tv**, FranceTV Publicité conserve sa position pionnière sur la TV segmentée :

- **DANS LA STRATÉGIE D'ALLIANCE DATA : 1^{ère} régie à commercialiser auprès des 3 opérateurs** (SFR après Orange et Bouygues) et la seule à date à pouvoir tenir l'objectif marché des **6 millions de foyers adressables** d'ici la fin 2021 soit **20% des foyers français** ;
- **DANS L'APPROCHE COMMERCIALE : 1^{ère} régie à déployer dès fin octobre 2020 les campagnes en TV segmentée.** Une forte montée en charge s'est opérée depuis, avec près de 100 campagnes diffusées et des commerciaux terrains dédiés ;
- **DANS LES OFFRES COMMERCIALES : 1^{ère} régie à intégrer la TV segmentée dans une stratégie globale,** avec :
 - ▶ l'intégration du **replay IPTV**, dès le lancement en octobre 2021,
 - ▶ des offres couplées avec **France 3 régions**,
 - ▶ des offres couplées avec **nos offres premium sportives** ;
- **DANS DES CIBLAGES DATA SPÉCIFIQUES** à FranceTV Publicité, par exemple **Fans de la maison des maternelles** ou de nos émissions culturelles ;
- **DANS LES CANAUX DE VENTE DIVERSIFIÉS** et adaptés pour couvrir un périmètre plus large et simplifier au maximum l'acte d'achat :
 - ▶ Septembre 2020 : déploiement d'une **force commerciale régionale et nationale** ;
 - ▶ Mai 2021 : **1^{ère} régie à ouvrir l'achat de la TV segmentée à toutes les entreprises**, incluant les TPE/PME à travers la plateforme **ADspace entreprises** (version bêta) ;
 - ▶ **T4 2021 : Connexion directe aux outils acheteurs.** Première régie à s'interconnecter avec **les réseaux d'enseignes**, en commençant par les concessionnaires automobiles Citroën, DS, Peugeot, Toyota, via le premier partenariat Adcleek.

CONTACTS PRESSE

Valérie Blondeau
T : 01 56 22 62 52
Valerie.blondeau@francetvpub.fr

Alexis Blanc
T : 01 56 22 62 04
Alexis.blanc@francetvpub.fr