



# Bilan Comité National de la Conchyliculture 2013

Campagne du 14 Octobre au 31 Décembre 2013



PROMO **PRESS**  
**MEDIA**

32 rue Guersant - 75837 Paris Cedex 17

Paris,  
Le 26 Février 2014

LA CONCHYLICULTURE

# → Rappel dispositif TV 2013

---

# → Rappel - Un dispositif assurant émergence et répétition

## Rappel des objectifs de la campagne : développer les ventes

1. Ré-installer les films TV après une pause de plusieurs mois
2. Mettre les Huîtres à l'esprit

Dispositif 2013  
80% 12s – 20 % 20s

OCTOBRE					NOVEMBRE				DECEMBRE			
S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
		150	150		100		100		100	100	130	130

**35 ANS +**

35 666 000 Individus



**GRP : 960**

Couverture : 86,7%

Répétition : 11

Nb de contacts : 342 392 600

**INDIVIDUS CSP+**

12 836 000 Individus



**GRP : 380**

Couverture : 74,3%

Répétition : 5,1

Nb de contacts : 48 776 800

**+1200 Spots**

90% des GRP en EP

## → Rappel du dispositif des chaînes

11 chaînes achetées sur les 2 univers TV ...

Hertzien



TNT Gratuite



Cabsat





## Un très bon bilan TV en synthèse

Cible Ensemble 35 ans + : 35 865 000 individus



Objectifs

Réalisés

Total GRP

960

1079

Couverture

86,7%

87%

Répétition

11

12,3

Nb contacts (000)

342 393

386 983

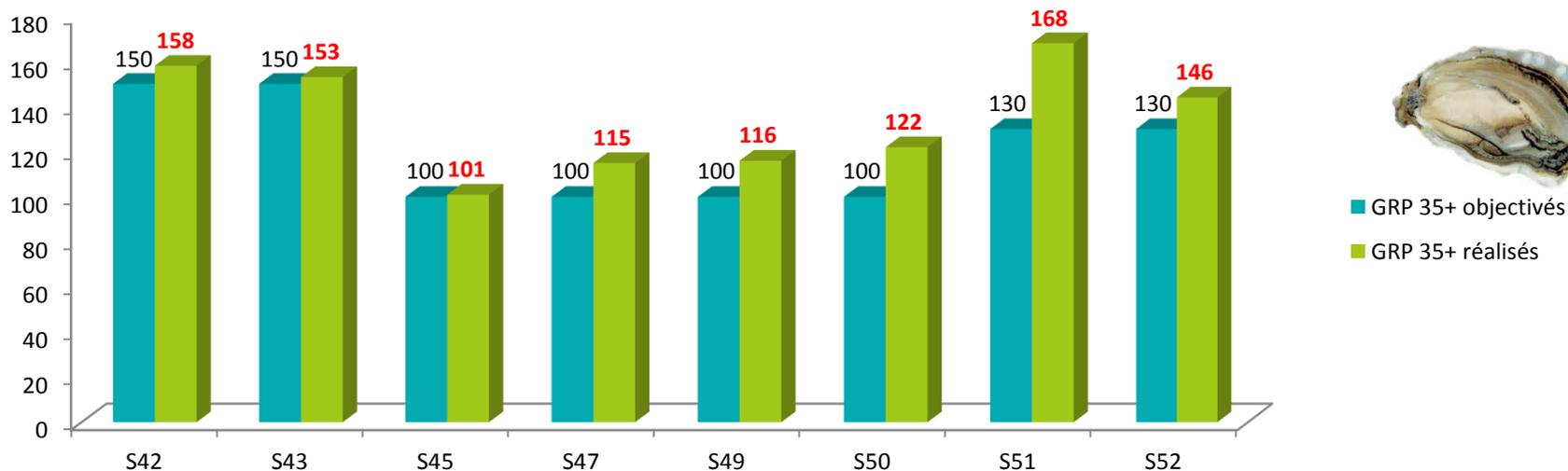
**1 594 Spots**

**Des résultats supérieurs aux objectifs: + 12 %**

**Quasiment 300 spots de plus** que les objectifs, en raison de l'émiettement des audiences

## → Répartition des GRP – Ensemble 35 ans +

### Répartition des GRP par Semaine Active



■ GRP 35+ objectifs  
■ GRP 35+ réalisés

Renfort des GRP sur la période commercialement stratégique: décembre

→ **Très bon Bilan TV en synthèse**  
Cible de contrôle Individus CSP+ : 13 047 000



	Objectifs	Réalisés
Total GRP	380	419,5
Couverture	74,3%	75,2%
Répétition	5,1	5,6
Nb contacts (000)	48 776	54 732

**Des résultats supérieurs aux objectifs: + 10 %**

# → Top écrans Individus 35 +

## → En puissance

Chaîne	J.N.	Date	Ecran	Durée	Pos.	Tarif Sécodip	GRP 35+	Coût GRP Brut	Emission avant	Emission
France 2	Dim	27/10/13	1957	12	0	5 415 €	8,73	620 €	Pub 2 19h50	20 Heures le Journal\Mari
France 2	Dim	08/12/13	1950	12	-2	5 244 €	8,45	620 €	Vivement Dimanche	Pub 2 19h57
France 2	Dim	20/10/13	1957	20	-1	7 695 €	8,33	923 €	Pub 2 19h50	20 Heures le Journal\Laur
France 2	Dim	15/12/13	1957	20	2	8 262 €	8,32	993 €	Pub 2 19h50	Meteo 2
France 2	Dim	10/11/13	1957	12	-2	5 814 €	8,26	704 €	Pub 2 19h50	20 Heures le Journal\Laur
France 2	Dim	24/11/13	1957	12	-2	5 814 €	8,20	709 €	Pub 2 19h50	Meteo 2
France 2	Dim	27/10/13	1950	20	0	7 047 €	7,95	886 €	Vivement Dimanche Prochai	Pub 2 19h57
France 3	Sam	23/11/13	1925	12	1	4 047 €	7,64	530 €	19-20 Journal Regional	19-20 Journal National\ca
France 3	Mar	15/10/13	1925	12	1	5 358 €	7,45	719 €	19-20 Journal Regional	19-20 Journal National\ca
France 2	Dim	22/12/13	1950	20	1	4 293 €	7,16	600 €	Vivement Dimanche	Meteo des Neiges



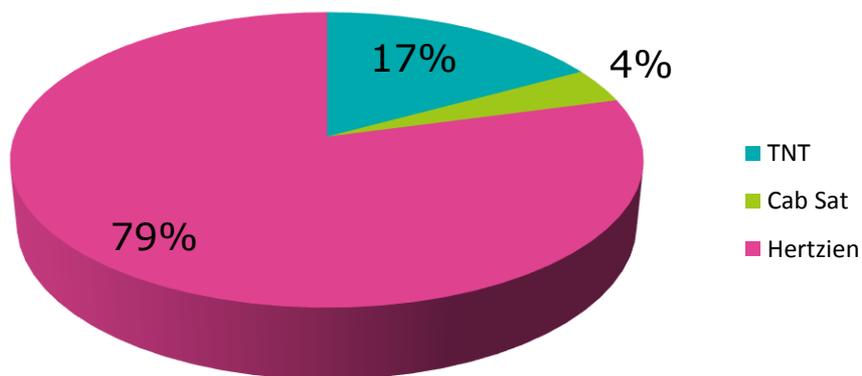
## → En économie

Chaîne	J.N.	Date	Ecran	Durée	Pos.	Tarif Sécodip	GRP 35+	Coût GRP Brut	Emission avant	Emission après
France 3	Sam	21/12/13	1530	12	1	114 €	1,76	65 €	Tirage du Keno	Docum.Jean-Jacques C
France 3	Dim	22/12/13	1800	12	1	399 €	3,71	108 €	Magaz.les Chansons d Abor	Jeu.Questions Pour un sup
France 3	Sam	09/11/13	1530	12	1	228 €	2,03	112 €	Tirage du Keno	Samedi Avec Vous
France 3	Sam	21/12/13	1420	12	1	285 €	2,46	116 €	Les Grands du Rire\  Emis	En Course sur France 3
France 3	Sam	14/12/13	1530	12	1	228 €	1,83	124 €	Tirage du Keno	Samedi Avec Vous
France 3	Sam	09/11/13	1720	12	-1	285 €	2,26	126 €	Magaz.1 Livre Toujours	Magaz.les Carnets de Juli
France 5	Lun	30/12/13	1742	12	1	308 €	2,37	130 €	Pub 5em 17h40\Benoit Duqu	C Dans l air:Magaz.c Dans
France 3	Sam	23/11/13	1730	12	2	570 €	4,19	136 €	Magaz.les Carnets de Juli	Jeu.Questions Pour un cha
France 3	Dim	29/12/13	1800	12	1	399 €	2,91	137 €	Magaz.les Chansons d Abor	Jeu.Questions Pour un sup
France 5	Mar	10/12/13	1742	12	1	388 €	2,82	137 €	Pub 5em 17h40\Benoit Duqu	C Dans l air:Magaz.c Dans

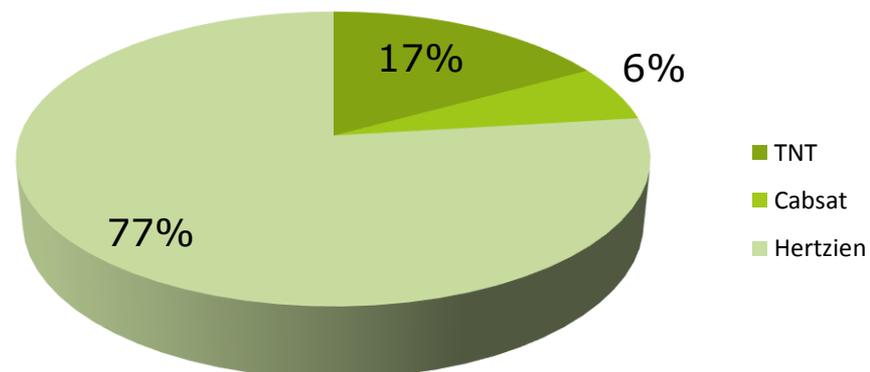


→ 79% des GRP 35 ans + délivrés sur le Hertzien

### GRP par Univers Base 1 079 GRP



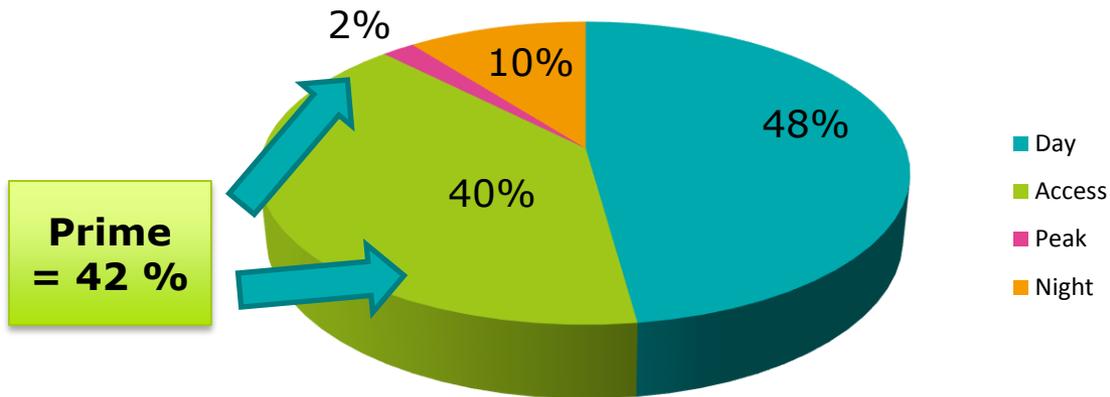
### PDI par Univers Base 410 177 € HT



- La force de frappe Hertzienne reste largement leader sur les 3 univers TV
- La TNT et le Câble Satellite permettent un achat plus économique et en garantie

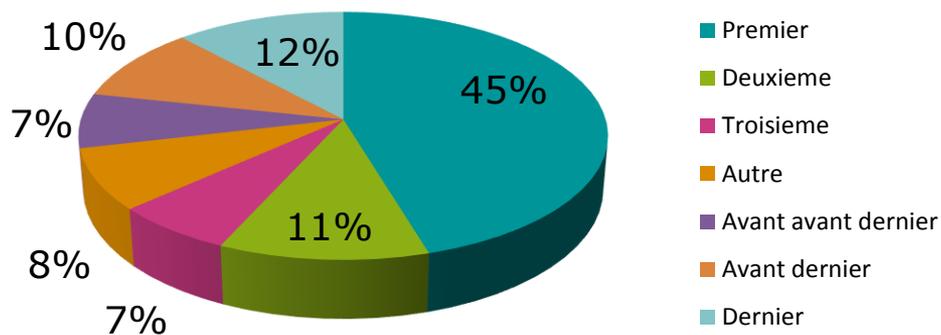
## → Une présence optimisée autour du Prime

**Le prime : la tranche horaire la plus puissante pour toucher les actifs de notre cible. 40% de prime garantit une couverture de la cible suffisante.**



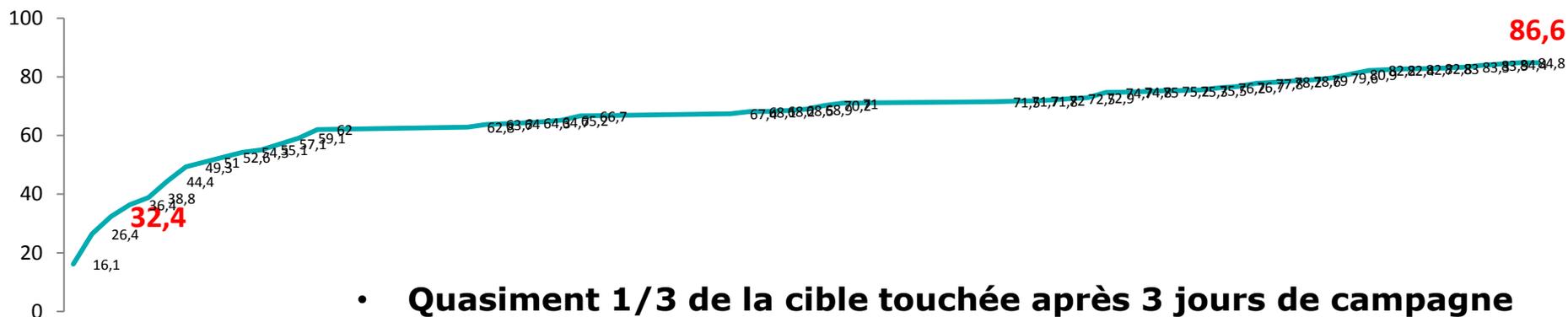
le Night : une tranche horaire qui permet de toucher un profil différent de 35 ans+, petits consommateurs TV, plus CSP+

→ Plus de 92% des GRP de notre campagne diffusés en EP



Une visibilité premium

# → Montée en puissance de la couverture Individus 35 +



## Performances Individus 35 +

Population: 35 865 000

GRP: 1 079

Couv. 1+: 87%

Couv. 3 et 7: **67%**

Répétition: 12,3

Nombre de Contacts: 386 983 350

## → Bilan Financier : 62% de taux de négociation au global

	Brut	Net FO	Taux	GRP 35 +	GRP 12s	GRP 20s	CGRP Net Format	CGRP 30s	Nombre de Spots	Tarif Moyen
FTV Classique	359 409 €	239 418 €	33%	728,32	573,79	154,53	329 €	529 €	271	883 €
FTV CINEP		69 780 €		108,5	108,5		643 €	1 128 €	32	2 181 €
FTV Thématique	58 998 €	25 143 €	57%	41,09		41,09	612 €	755 €	815	31 €
BFM TV	326 224 €	44 316 €	86%	148,33	148,33		299 €	524 €	343	129 €
Arte	20 493 €	6 501 €	68%	14,1		14,1	461 €	569 €	12	542 €
I Télé	121 608 €	25 019 €	79%	38,7		38,7	646 €	919 €	121	207 €
<b>Total</b>	<b>886 732 €</b>	<b>410 177 €</b>	<b>62%</b>	<b>1079</b>	<b>830,62</b>	<b>248,4</b>	<b>380 €</b>	<b>612 €</b>	<b>1594</b>	<b>257 €</b>

# → Benchmark TV « Fêtes » sur la période – 35 ans +



		2013											
		Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aou	Sep	Oct	Nov	Dec
<b>DELPEYRAT FOIE GRAS</b>													1 597 22 s. 599 135,3
Budget Brut en €:	1 597												1 597
Format:	22 s.												22 s.
GRP 25-49:	599												599
GRP/Semaine:	135,3												135,3
<b>HUITRES COLLECTIVES</b>										1427	40	28	2 667
Budget Brut en €:	991									1427	40	28	2 667
Format:	12 s, 20 s.									12 s, 20 s.			
GRP 25-49:	1 025									289	97	111	528
GRP/Semaine:	123,6									144,5	96,9	110,9	123,1
<b>HUITRES MARENNES OLERON</b>										84	21	8	25 486
Budget Brut en €:	719									84	21	8	25 486
Format:	20 s, 12 s.									20 s, 12 s.			
GRP 25-49:	776									69	201	506	506
GRP/Semaine:	110,9									69,2	100,3	126,6	126,6
<b>LABEYRIE FOIE GRAS</b>													3 249
Budget Brut en €:	1 138												3 249
Format:	12 s.												12 s.
GRP 25-49:	390												315 74
GRP/Semaine:	105,1												100,7 129,5
<b>MONTFORT FOIE GRAS</b>													2 243
Budget Brut en €:	1 908												2 243
Format:	19 s.												19 s.
GRP 25-49:	1 049												863 186
GRP/Semaine:	272,0												262,7 325,3



Seul annonceur uniquement sur C+ comme en 2012 + introduction de M6 vs 2012



Week In week Out



Introduction de BFM TV vs 2012



Stratégie Hertzienne TF1 + M6 : positionnement plus jeune



Stratégie Hertzienne TF1 + FTV

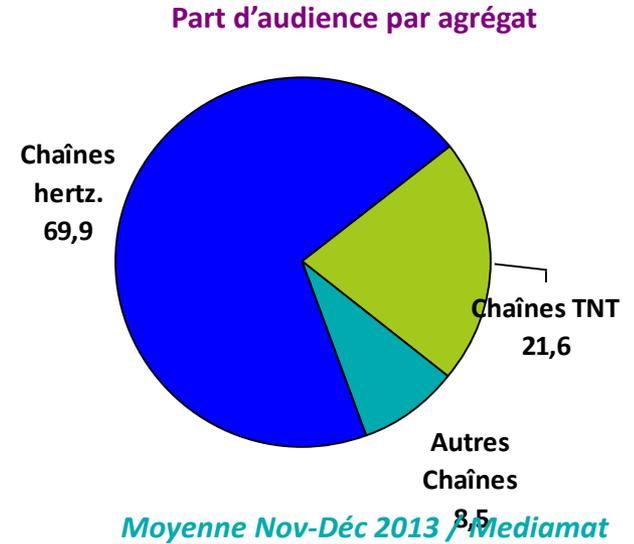
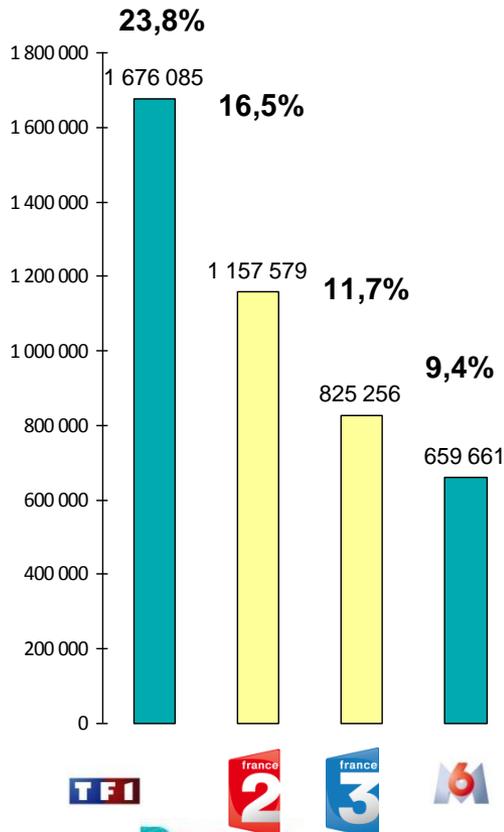
→ Annexe

# Les chiffres clés du marché TV

# Individus 35 ans et + (= 35 865 000 Individus)

Audience moyenne journée Chaînes Ensemble

Cible en effectif / base nationale



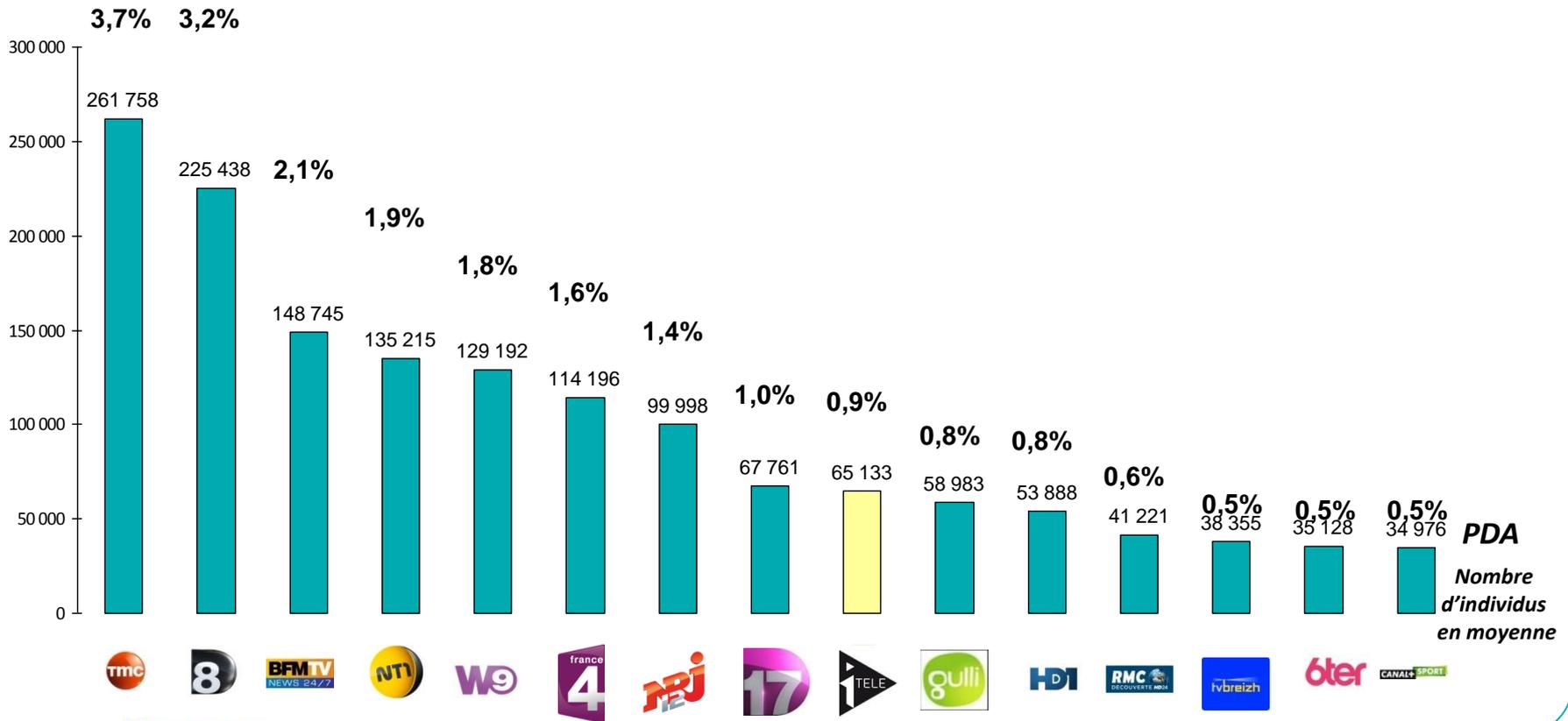
PROMO PRESS MEDIA

Cnc  
COMITE NATIONAL DE  
LA CONCHYLICULTURE

# Individus 35 ans et + (= 35 865 000 Individus)

Audience moyenne journée Chaînes  
TNT et Cabsat

Cible en effectif / base nationale



# Une fin d'année difficile pour France 2



La part d'audience de France 2 est en baisse vs le 4T 2012 et enregistre - 0,8 pt (13,6% vs 14,4%). La 2 est surtout perdante en fin d'après-midi (16-19h), victime d'un pré-Access et Access en méforme depuis la rentrée. Les investissements bruts de la chaîne sont également en baisse avec -5,8% vs 2012. Suivant la tendance générale, la part des 25-49 est en recul (-1,6 pt), à l'inverse des 60+ (+2,5 pts).

## Investissements Publicitaires

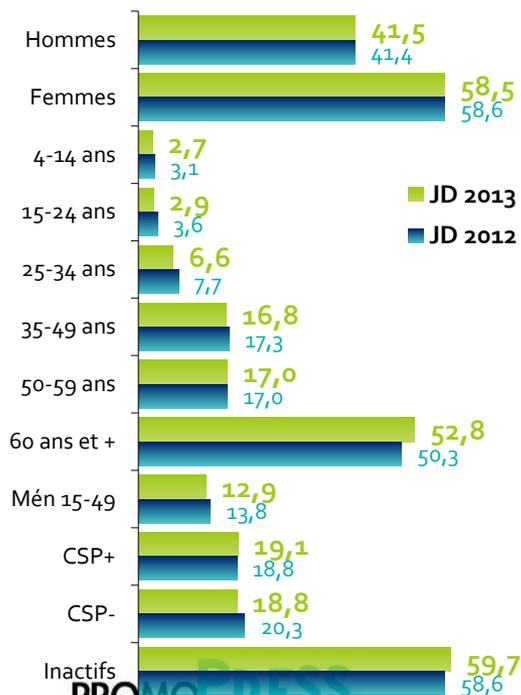
Résultats en millions d'€ bruts

- 5,8% vs 2012



## Profil d'audience en %

Tous univers de réception



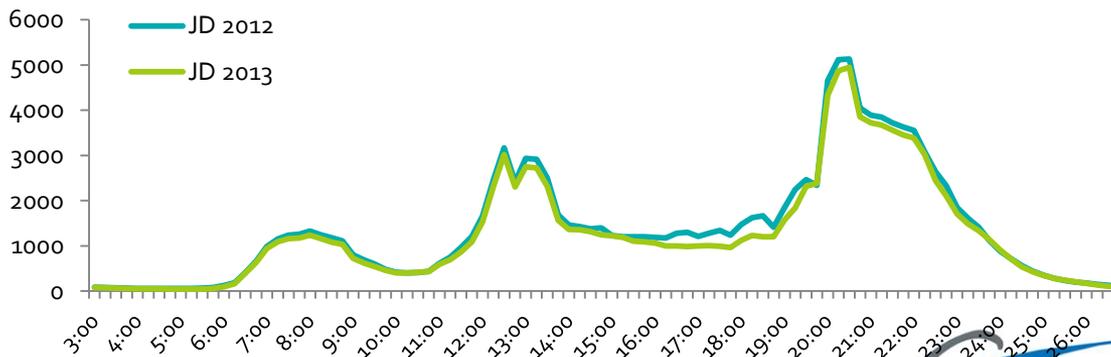
## Evolution de la part d'audience

PDA en % / Ind 4+



## Evolution de l'audience en journée

Taux moyen extrapolé / Ind 4+



PROMO PRESS MEDIA

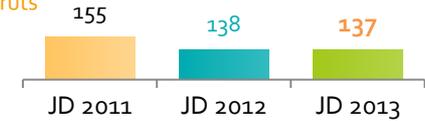
# France 3 : un profil Senior qui s'accroît

Bien que son audience journée soit relativement stable vs 2012, France 3 a enregistré sur ce dernier trimestre une légère plus-value de sa PDA avec +0,2 pt. Recul des 25-49 (-2,2 pts) au profit de 60+ (+4,1 pts). La chaîne est cependant légèrement en retrait en termes d'investissements publicitaires avec -0,7% vs 2012.

## Investissements Publicitaires

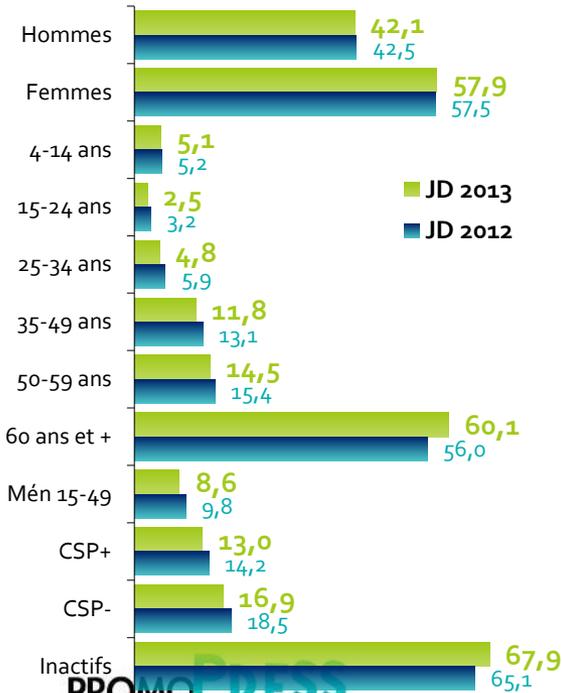
Résultats en millions d'€ bruts

- 0,7% vs 2012



## Profil d'audience en %

Tous univers de réception



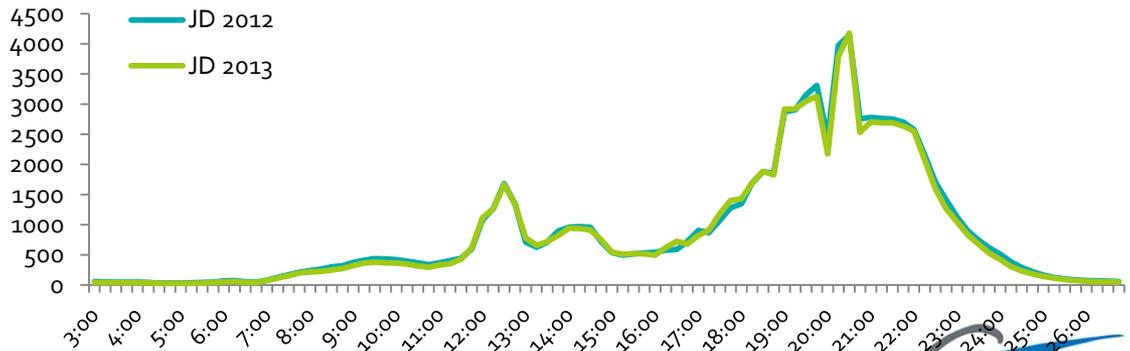
## Evolution de la part d'audience

PDA en % / Ind 4+



## Evolution de l'audience en journée

Taux moyen extrapolé / Ind 4+



# France 5 perd du terrain en Day

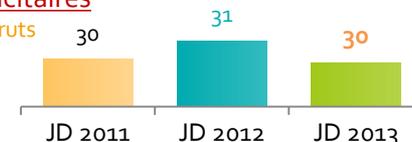


La N° 5 du Groupe Audiovisuel Public est en retrait avec 3,2% de Pda sur le 4<sup>e</sup> trimestre 2013 vs 3,6% au 4T 2012. Une perte globale en Day (de 8 à 19h) tandis que le Prime affiche une légère hausse. Malgré des investissements stagnants aux alentours de 30 millions d'€ bruts depuis 2011, France 5 enregistre une baisse de 3,6%.

## Investissements Publicitaires

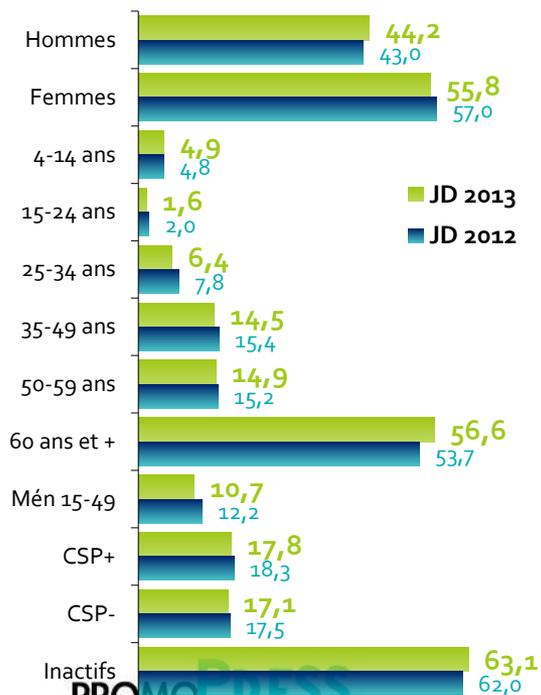
Résultats en millions d'€ bruts

**- 3,6% vs 2012**



## Profil d'audience en %

Tous univers de réception



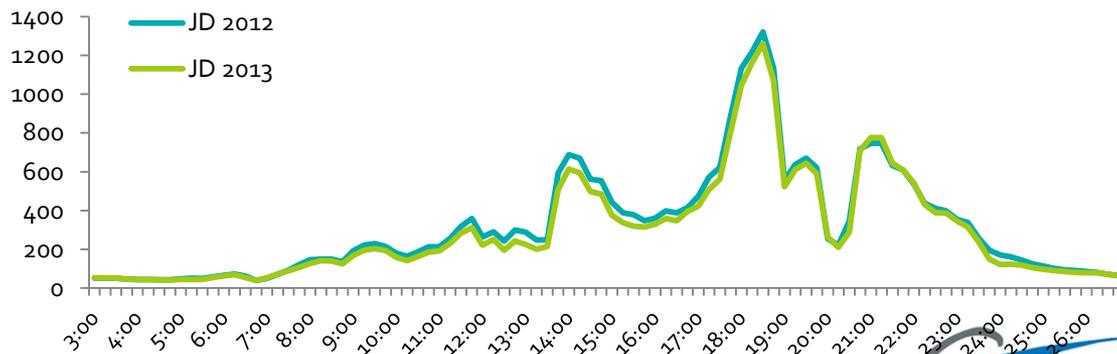
## Evolution de la part d'audience

PDA en % / Ind 4+



## Evolution de l'audience en journée

Taux moyen extrapolé / Ind 4+



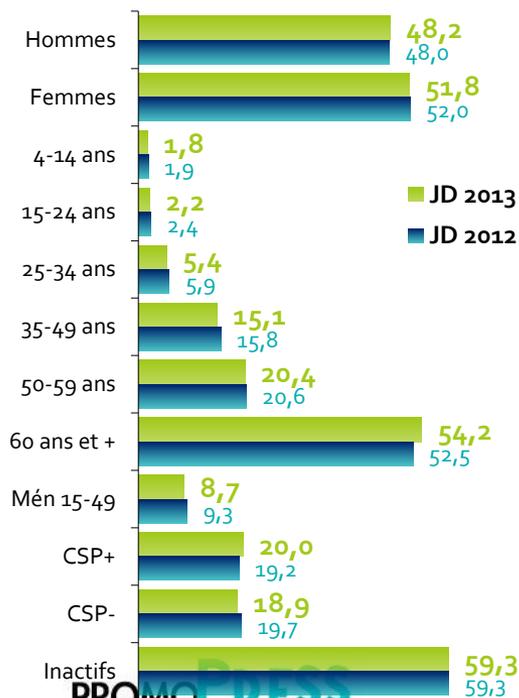
PROMO PRESS MEDIA

# Un niveau d'audience stable vs 2012

Arte conserve une part d'audience relativement stable sur le dernier trimestre 2013 mais enregistre une légère plus-value de son audience en prime entre 2012 et 2013. Le profil de la chaîne reste quasiment inchangé, à l'exception des Ind 60+ qui gagnent 1,7 pt (-1,2 pt pour les 25-49 ans).

## Profil d'audience en %

Tous univers de réception



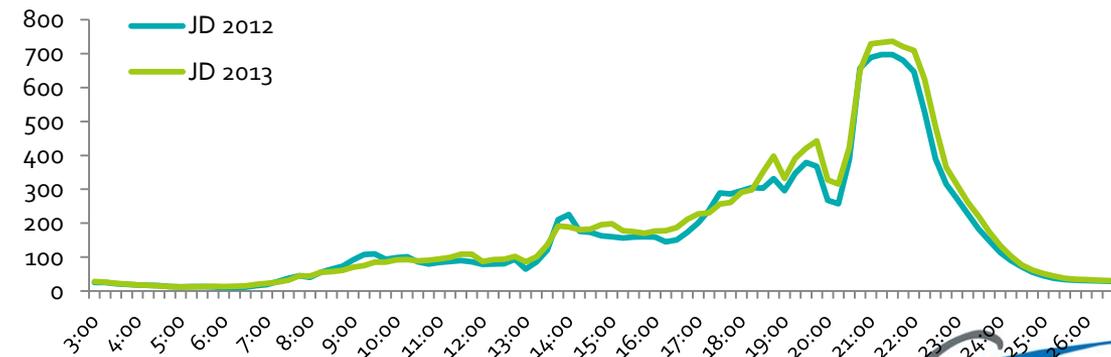
## Evolution de la part d'audience

PDA en % / Ind 4+



## Evolution de l'audience en journée

Taux moyen extrapolé / Ind 4+



thank you

a ni kié

Дзякую (dziakuju)

chokrane

chnorakaloutioun

merci

xièxie

eskerrick asko

takk

köszönöm

arigatô

ngiyabonga kakhulu

danke

blagodaria

ευχαριστώ

misaotra

ขอบคุณค่ะ

хвала

obrigado

grazie

trugarez  
gracias

спасибо



# PROMOPRESS MEDIA

32, rue Guersant - 75837 Paris Cedex 17  
Tél : 01 70 39 53 70 - Fax : 01 70 39 53 75  
[contact@promopressmedia.com](mailto:contact@promopressmedia.com)

PROMO **PRESS**  
**MEDIA**

32 rue Guersant - 75837 Paris Cedex 17