



CAMPAGNE NATIONALE HUÎTRES 2014

Nouveau Monde **DDB**^o




FranceAgriMer

La campagne 2014



La campagne 2014 s'inscrit dans le prolongement des campagnes de 2012 et 2013.

« *Les huîtres,
Naturellement inimitables* »





LES ACTIONS

L'agence



Nos contacts :

Philippe ROBIN, *Directeur de Création*

Céline MARCILLAC, *Directrice des stratégies*

Les actions

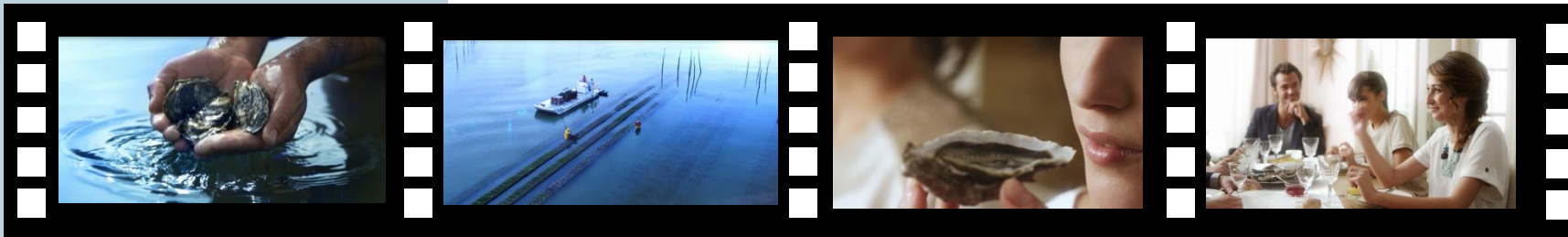


- ❖ Une campagne TV
- ❖ Une campagne Internet
- ❖ PLV (Publicité sur Lieu de Vente)

**Avec une présence non stop pendant 2 mois
(novembre, décembre).**

La campagne TV

- Un spot sur 2 formats : 12 sec et 20 sec
- Une diffusion sur **France Télévision** et les chaînes de la **TNT**
- + de 1000 spots diffusés
- **Une présence sur 2 mois**
 - Du 3 au 9 novembre et du 17 au 23 novembre
 - Du 1er au 26 décembre



Dispositif et performances TV 2014


 80% 12s
 20% 20s
312K€ NFO




	NOVEMBRE				DECEMBRE			
	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
GRP 35+	150		100		125	125	150	150

11 Novembre

35 ANS +

35 865 000 Individus



GRP : 800

Couverture : 80,8%

Répétition : 9,9

Nb de contacts : 286 920 000

INDIVIDUS CSP+

13 047 000 Individus



GRP : 300

Couverture : 65%

Répétition : 4,6

Nb de contacts : 39 141 000

+1000 Spots
90% des GRP en EP

Doctissimo.fr

MY TFI



Adyoulike
Native Advertising®

marmiton

aufeminin.com

La campagne Internet



- Des bannières publicitaires
- Des bannières vidéo avec le film TV 12''
- Un espace dédié « Huître » et un jeu concours sur Marmiton et Auféminin.com

Du 3 Novembre et 30 décembre 2014

La campagne Internet

La Bannière Internet

→ Lien direct vers le site Internet du CNC

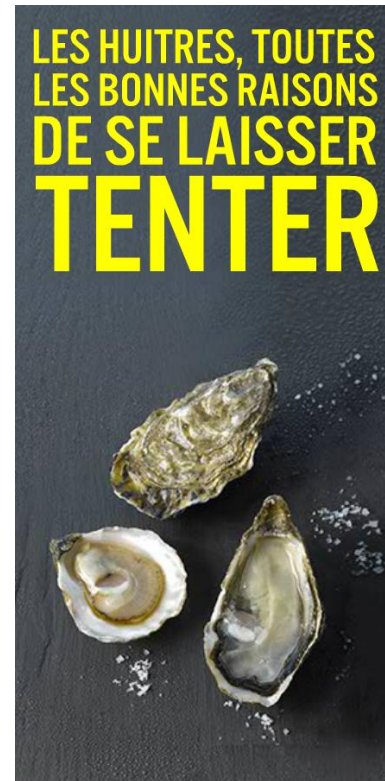


La Bannière Internet

Spécifique aux site Marmiton et Auféminin.com

→ Permet d'accéder au jeu concours

La campagne Internet



La campagne Internet



LE JEU CONCOURS

Avec

marmiton

et

aufeminin.com

- **Interroger les internautes sur les huîtres**
 - ➔ En incitant à se rendre sur le nouveau site www.huitre.com pour y trouver les réponses.
- **A gagner :**
 - 6 week-ends pour 2 personnes dans les régions de production
 - 20 bourriches d'huîtres

Le Plan média

Media/Supports	Format	Nombre d'insertions	Novembre				Décembre					Budget Brut Media HT	Budget Net Media HT	
			3	10	17	24	1	8	15	22	29			
TV														
FTV • TNT	12 secondes 20 secondes	+1000	150 GRP Cible : 35•		100 GRP Cible : 35•							550 GRP - Cible 35•	780 000,00	312 000,00
INTERNET														
Dootissimo	Forum Nutrition Pavé vidéo 300x250	340 000										3 novembre - 30 décembre	17 000,00	1 700,00
	Rubrique Nutrition Pavé vidéo 300x250	320 000										3 novembre - 30 décembre	16 000,10	1 900,01
	Forum Santé Pavé vidéo 300x250	320 002										3 novembre - 30 décembre	16 000,10	1 600,01
	Rubrique Santé Pavé vidéo 300x250	294 667										3 novembre - 30 décembre	14 733,35	1 700,00
	RG interstitiel	387 500										3 novembre - 30 décembre	38 250,27	3 100,03
Pluzz	Cible 35-59 ans Pre roll 20 seconde In Stream	789 473										3 novembre - 30 décembre	94 736,76	15 000,00
MyTF1	Cible CSP• Pre roll 12 seconde In Stream	1666 000 1666 000										3 novembre - 30 décembre	199 920,00	15 000,00
6Pla9	Cible CSP• Pre roll 12 seconde In Stream	1250 000										3 novembre - 30 décembre	150 000,00	15 000
Adjoulike	Sites CSP• Native Advertising	10 000										3 novembre - 30 décembre	50 000,00	10 000
Marmiton / Au-Feminin	Opération spéciale / JeuConcours Dossier Speciale Huitres Jeu Concours Mediatization dossier (habillage, grand angle et pavé)	Forfait 3560 100										3 novembre - 30 décembre 3 novembre - 30 décembre	289 000,00	8 000 36 350
Total		•VALEUR!											1 176 640,58 	385 000,05

La PLV



- **Une affiche** au format 60x80 cm, en 3000 exemplaires plastifiés
- **Un Kakemono** au format 50x158 cm, en 1000 exemplaires
- **Distribués dans chaque CRC**

