



e-MOTE

UNE DÉMONSTRATION
DE L'EFFICACITÉ DE
LA PUBLICITÉ SUR LES
CHAÎNES THÉMATIQUES



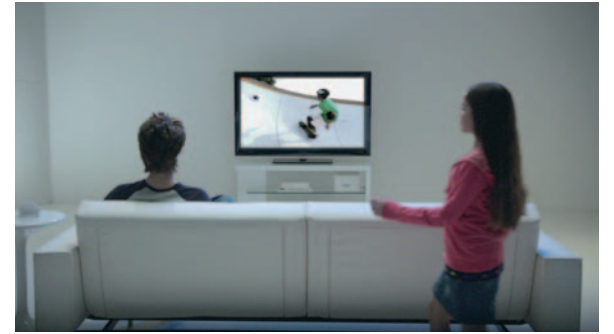
E-MOTE : UN DOUBLE OBJECTIF



- Mettre en avant la diversité des programmes des chaînes thématiques de manière originale, surprenante et moderne.



- Démontrer l'efficacité de la publicité sur les chaînes thématiques.



UNE EXPÉRIENCE GRANDEUR NATURE

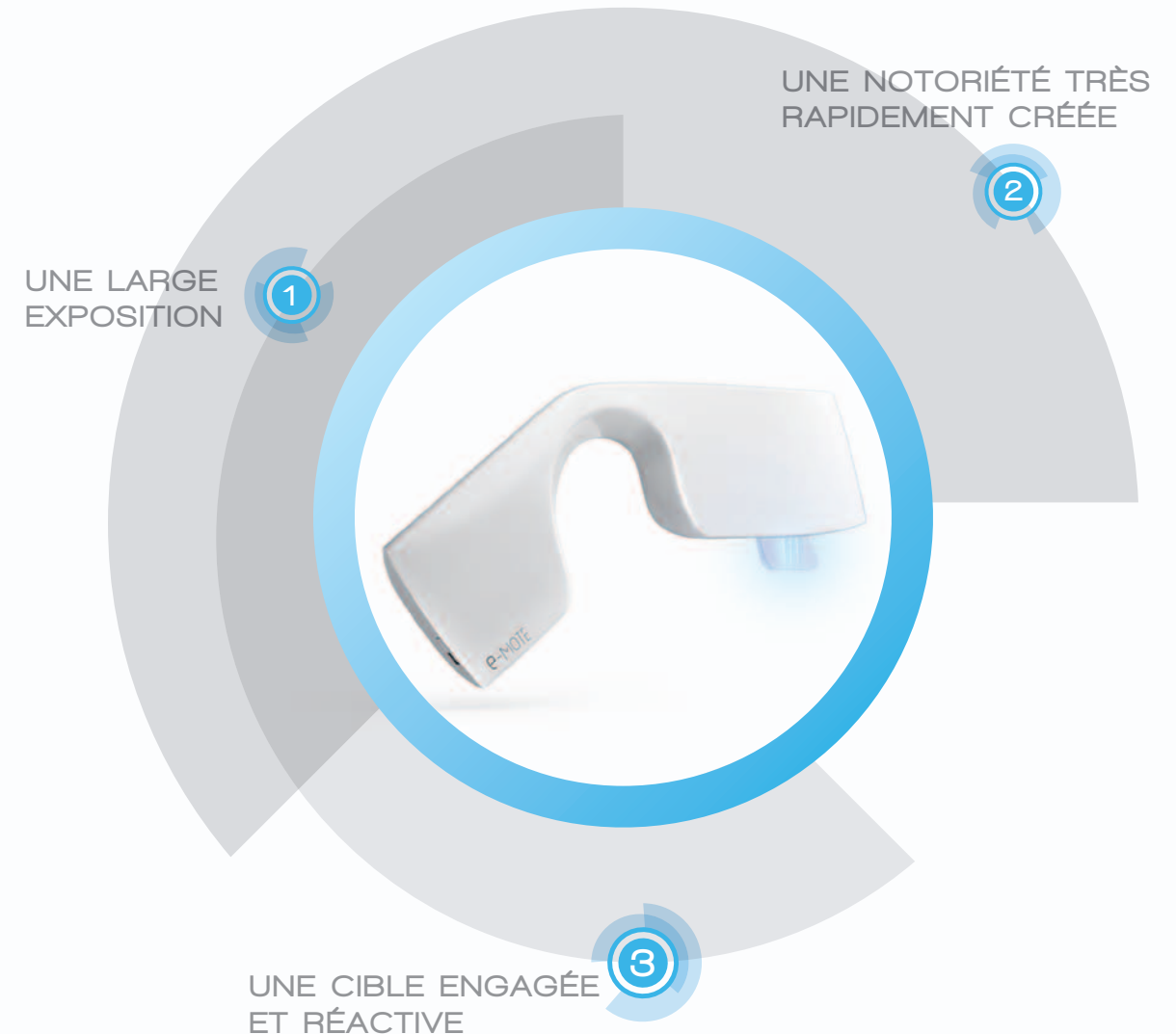
UNE DÉMONSTRATION EN 3 TEMPS :

- Un spot teaser diffusé sur 46 chaînes thématiques exclusivement :
« E-Mote, la télécommande révolutionnaire qui permet de choisir un programme par la pensée »
- Un spot reveal B to C :
« La télécommande E-Mote n'existe pas encore... mais les programmes que vous avez envie de voir existent bien... Ils sont sur les chaînes du câble et du satellite »
- Une phase test pour le B to B :
 - Étude OMNIBUS (1011 personnes de +15 ans) pour tester la notoriété de E-Mote sur la population française
 - Post test sur la campagne (606 téléspectateurs chaînes thématiques)

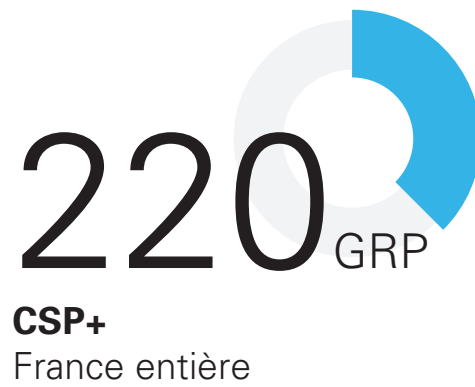
UN DISPOSITIF EXCLUSIF
sur les chaînes thématiques du câble et du satellite

UNE CAMPAGNE initiée et coordonnée par l'A.C.C.e.S., conçue et réalisée par BETC.
Etudes réalisées par l'IFOP.

DES PERFORMANCES ÉLOQUENTES



UNE LARGE EXPOSITION



UNE CIBLE ENGAGÉE ET RÉACTIVE

325 000
prospects se sont rendus
sur emote-tv.com

39%
des personnes
affirmant avoir
vu le spot ont eu
envie de s'équiper,
dont 11% très
sérieusement

34%
des personnes
affirmant avoir vu
le spot ont recherché
des informations sur
E-Mote

38%
des personnes
affirmant avoir vu
le spot en ont
parlé à leur
entourage

UNE NOTORIÉTÉ TRÈS RAPIDEMENT CRÉÉE

En moins de 4 semaines...

+9 millions
de personnes ont entendu
parler d'E-Mote en France

32%
des téléspectateurs
chaînes thématiques
ont entendu parler d'E-Mote



40%
des téléspectateurs
chaînes thématiques
affirment avoir vu le spot TV

81%
des téléspectateurs chaînes
thématiques ayant entendu
parler d'E-Mote affirment avoir
été informés par le spot TV

Sources :
OMNIBUS (1011 personnes +15 ans), Post test IFOP (base 606 personnes
téléspectateurs chaînes thématiques), Google Analytics

**LES CHÂÎNES DU CÂBLE ET DU SATELLITE :
UNE AUDIENCE LARGE, RÉCEPTIVE ET RÉACTIVE.**

5 RAISONS SUPPLÉMENTAIRES D'INVESTIR SUR LES CHÂÎNES THÉMATIQUES...

L'OPPORTUNITÉ
DE TOUCHER
UN LARGE PUBLIC

33

MILLIONS
DE PERSONNES
reçoivent un bouquet
de chaînes thématiques.

60 à 70%

des téléspectateurs
des grandes cibles
publicitaires ont accès
à l'offre des chaînes
thématiques.

Un chiffre en constante
augmentation.

DANS UN
CONTEXTE
ÉDITORIAL
TRÈS AFFINITAIRE

Près de 100 chaînes dont
la variété et la richesse
éditoriale vous permettent
de toucher l'ensemble
de vos cibles socio-
démographiques au plus
près de leurs passions
et centres d'intérêts :
sport, cinéma, jeunesse,
voyages, art de vivre,
musique, info...

UN CIBLAGE FIN
ET QUALIFIÉ

Les cibles les plus
attractives sont
présentes sur les chaînes
thématiques.

31%

**des téléspectateurs
vivent dans des foyers
avec enfants**
(vs 23% sur Total TV)

25%

sont CSP+ (vs 19%)

58%

sont actifs (vs 48%)

UNE PERFORMANCE
RECONNUE

1157

ANNONCEURS ont
communiqué en 2010 sur
les chaînes thématiques.
En moyenne, 400
annonceurs sont présents
chaque mois.

**Tous les plus grands
secteurs annonceurs
communiquent sur les
chaînes thématiques**
(% CA brut) :

ALIMENTATION (16%)

AUTOMOBILE (13%)

CULTURE - LOISIRS (11%)

HYGIÈNE - BEAUTÉ (10%)

TELECOM (9%)

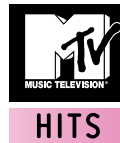
ETC...

UNE OFFRE
PUBLICITAIRE
TRÈS ACCESSIBLE

En 2010,

380

ANNONCEURS
(soit 20% des annonceurs
TV) ont communiqué
**exclusivement sur les
chaînes thématiques,**
avec un budget moyen
de 40 000 € brut.



A.C.C.e.S.
Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services

TF1
PUBLICITE


francetélévisions
publicité

 **Lagardère**
publicité



**NETWORKS
BRAND
SOLUTIONS**



CANAL+ REGIE

Orange Advertising Network

REMICS&Cie

CONTACT A.C.C.e.S. :

GUILLAUME GRONIER (Délégué Général)

01 47 04 24 09