

## UNE REPONSE CIBLEE AUX ATTENTES DES ANNONCEURS

### ① Développer la notoriété...

... en étant présent à l'antenne à travers un **dispositif puissant** créant ainsi une pression publicitaire élevée et un haut niveau de couverture.



Exemple : *D&Co* parrainé par Bricorama

### ② Valoriser l'image de la marque...

... en associant la marque du parrain à un **environnement qualitativement proche** de son territoire de communication ou des centres d'intérêt de la cible visée créant ainsi un transfert d'image positif pour la marque.



Exemple : *Capital* parrainé par Banque Populaire

## UNE REPONSE CIBLEE AUX ATTENTES DES ANNONCEURS

### ③ Développer les ventes, communiquer dans les temps forts de la marque...

... en communiquant sur une **date** ou une **période précise** correspondant à une saisonnalité des ventes.



Exemple : *Desperate Housewives* parrainé par Schweppes

### ④ Accéder à la télévision...

... en permettant aux annonceurs disposant d'un **petit budget** de communiquer en télévision.



Exemple : *Chef la recette!* parrainé par Le Parfait

## UNE REPONSE CIBLEE AUX ATTENTES DES ANNONCEURS

Des programmes qui répondent à tous les objectifs :

### Les événements

- ① Notoriété
- ② Image
- ③ Vente
- ④ Impact

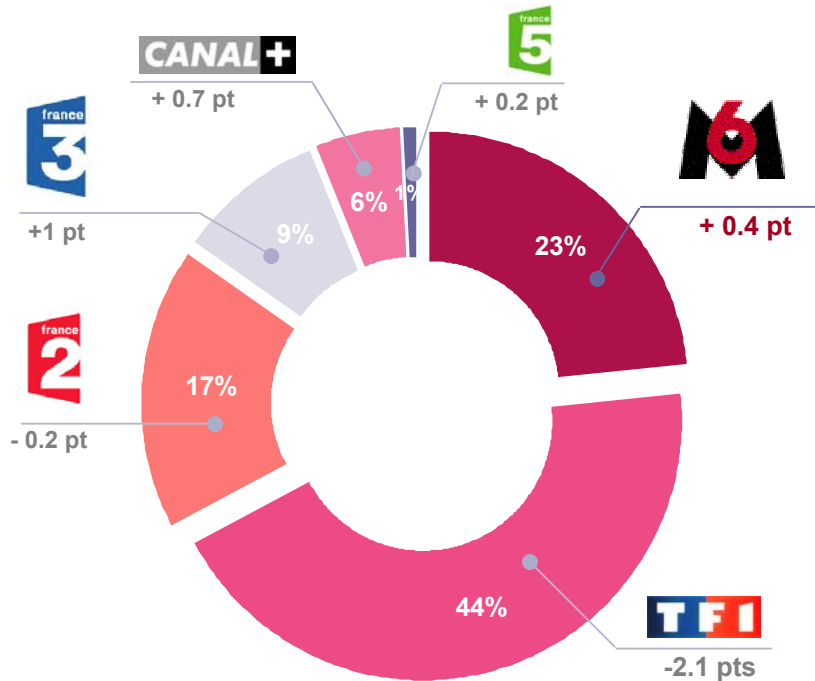


Exemple : *Prison Break* parrainé par Black XS

## M6 AMELIORE SES PERFORMANCES

### M6, 2<sup>ème</sup> chaîne investie

Part de marché janvier-juin 2007 et évolution vs janvier-juin 2006



**Investissements M6 : 76 988 K€**

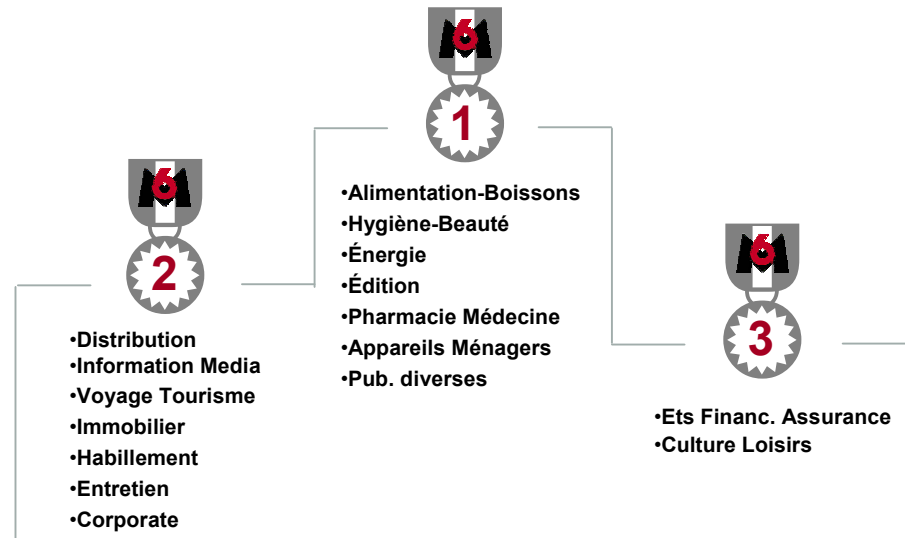
**Investissements TTV : 332 181 K€**

# 107

**marques**  
sur janvier-juin 2007

### Rang M6

Investissements parrainage par famille sur janvier-juin 2007



## AU CŒUR DES DISPOSITIFS PLURIMEDIA



### L'événementiel

Une offre hors-media complémentaire aux médias traditionnels

### La Vente à distance

2 chaînes TV : M6 Boutique, Home Shopping Galerie

Un site de VAD : [mistergooddeal.com](http://mistergooddeal.com)



### La Télévision

Hertzienne = M6

TNT = W9, Paris Première,

Câble & satellite = Téva, Série Club, Fun TV...

Espace classique / Parrainage



### Internet

15 sites pour prolonger la relation avec le téléspectateur



### La Téléphonie

850 000 abonnés pour M6 Mobile by Orange, lancement de Girondins Mobile



### L'offre kiosque

Presse payante, presse gratuite, disques, DVD, fascicules...



### Le licensing

Une autre façon de s'associer aux programmes de M6



### Le sport

M6 propriétaire des Girondins de Bordeaux depuis 1999 : sponsoring maillot, panneau, opérations spéciales...



## EXEMPLE D'OPÉRATION PLURIMEDIA



&

T'AS PAS  
1MINUTE ?

### Objectif de l'annonceur

Le Conseil Supérieur du Notariat cherche à accroître la notoriété de la profession des notaires auprès des jeunes pour recruter les notaires de demain

#### Télévision

Parrainage de la saga humoristique **T'as pas une minute** diffusée sur M6 du lundi au vendredi à 19h45 et le dimanche à 20h40. Ce programme court met en scène 7 personnes travaillant dans un office notarial et nous fait partager leur quotidien sur un ton léger et décalé.



#### Internet

Saga relayée par Internet sur le site [www.taspasuneminute.fr](http://www.taspasuneminute.fr) et sur le site [www.m6.fr](http://www.m6.fr)



#### Presse

- Insertions d'encarts dans le magazine Citato sous 3 formes :
  - 1 page de publicité sur le forum des métiers du notariat
  - 1 publi-reportage sur la profession des notaires
  - 1 insertion publicitaire renvoyant sur le format court M6 et le site Internet dédié
- Relais de l'opération dans la rubrique « Métier Passion » du magazine Télé Poche



#### Événementiel

Avec une tournée d'informations originale et interactive sur la diversité des métiers du notariat, les notaires et les équipes de M6 ont sillonné du 15 mars au 25 avril 2007 une trentaine de villes françaises dans un camion spectacle.



## EXEMPLE D'OPÉRATION PLURIMEDIA



&



### Objectif de l'annonceur

Michelin souhaite renforcer la notoriété de ses nouveaux guides "Voyager pratique" face à une concurrence difficile (Le Routard) en ciblant une population jeune

#### Internet

Emission relayée par Internet sur le site [www.m6.fr](http://www.m6.fr)



#### Télévision

Parrainage de l'émission le mardi en prime time à 20h50 du 20 mars au 22 mai 2007 soit 10 soirées avec module-jeu et du "Pekin Express le jeu" du 14 mars au 27 mai 2007 soit 320 jeux.

#### Licensing

- Affiches en relais H et affiches de ventes en librairie chez Cultura et Seddif
- Annonce sur Telemag chez Casino
- VP livre hebdo distribué en librairie en mars 2007
- Box et fronton en magasin

