Faîtes vivre l'aventure
à **votre marque**
avec **Fort Boyard**

Eté 2010 : Un nouveau concept pour Fort Boyard

Cet été, place **aux anonymes** :
le fort le plus célèbre de l'hexagone **ouvre ses portes à tout le monde !**

Le jeu revient à son concept d'origine : **2 équipes** s'affronteront

Comme chaque année, les candidats devront explorer les salles de l'imposant édifice pour recueillir les clés du Fort et remporter de nombreux défis et épreuves.

Les français vont vivre le **grand frisson de l'aventure** et être **les héros de l'été sur France 2**…

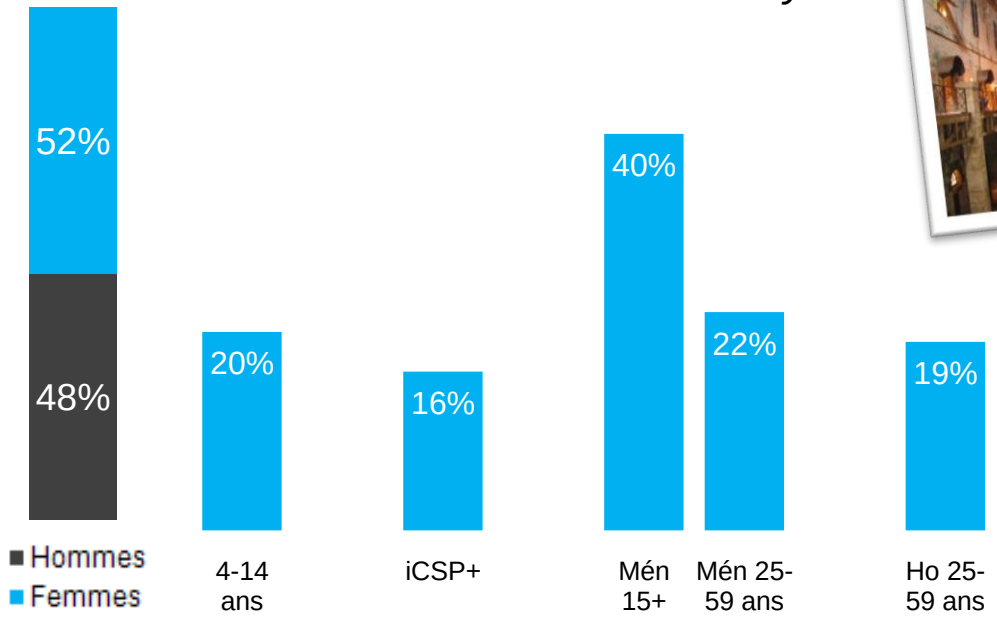
Un programme pour toute la famille

→Près de **2,8 millions de téléspectateurs** en moyenne par émission

→Un programme **très plébiscité par les enfants** (PDA de **38%**)

→ Fort Boyard rassemble également en moyenne plus **d'un million de ménagères**

Structure d'auditoire de Fort Boyard



Source : Médiamétrie – Traitement MMW – Du 4 juillet au 29 août 2009

Valeurs de positionnement : le territoire de Fort Boyard

CAPTIVANTE, me fait oublier tout ce qu'il y a autour

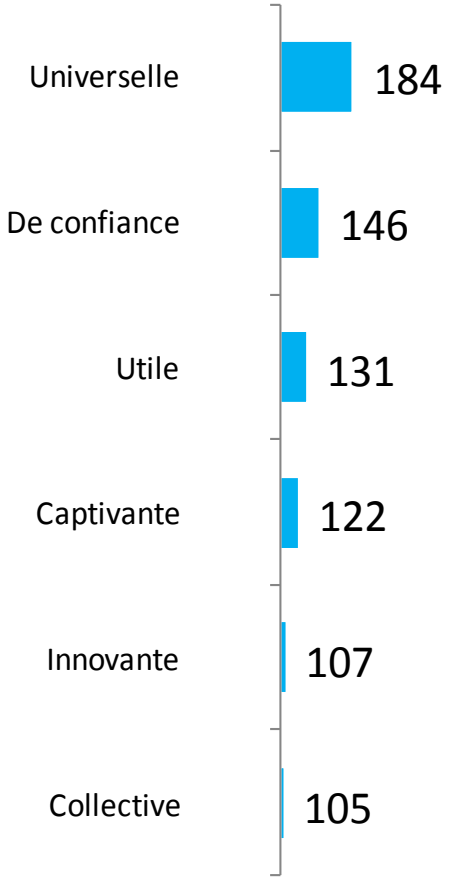
UTILE, je ne perds pas mon temps lorsque je regarde cette émission TV

CONFIANCE, en laquelle j'ai confiance

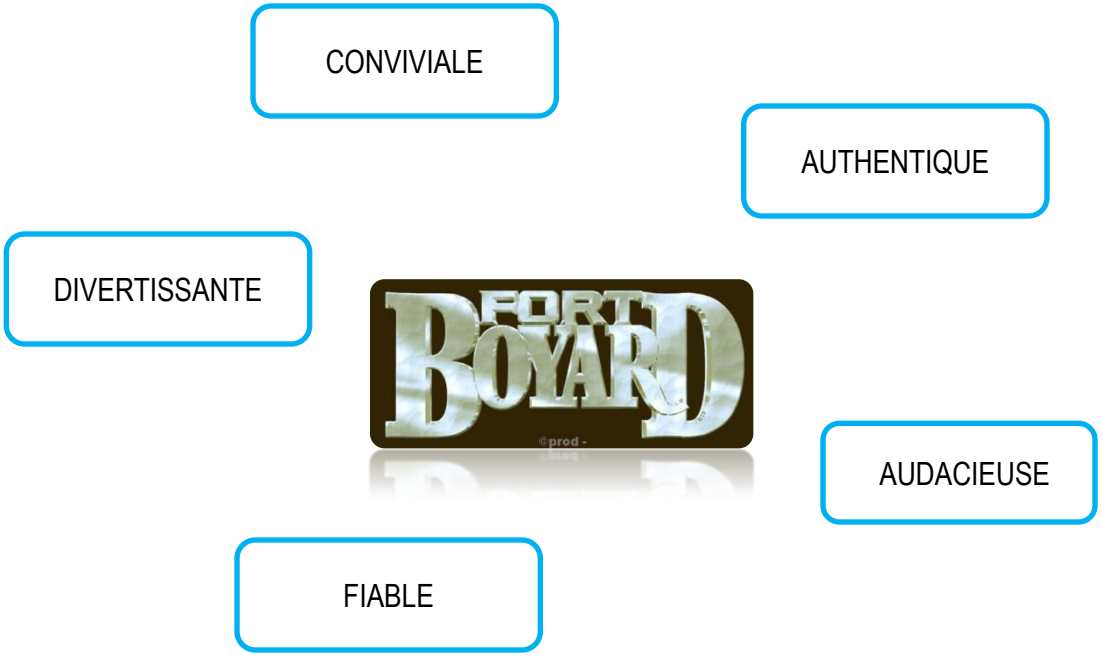
INNOVANTE, qui innove, offre de la nouveauté

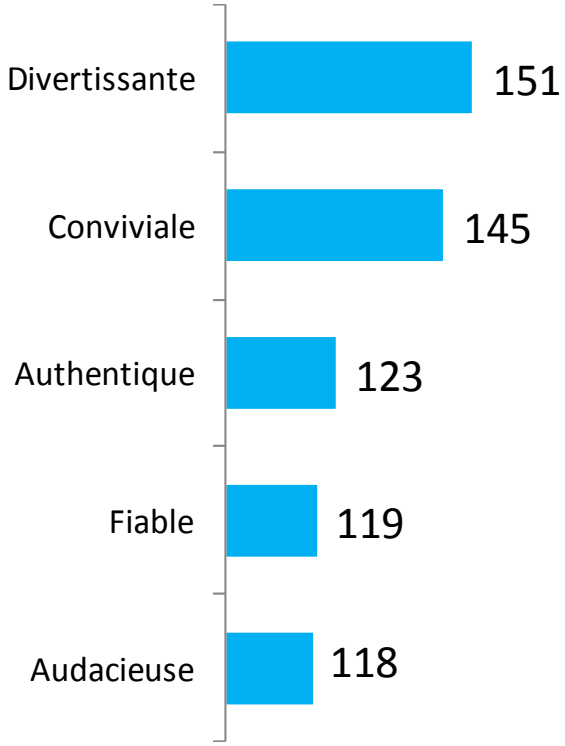
COLLECTIVE, programme dont je parle avec mes amis, mon entourage

UNIVERSELLE, qui s'adresse à tous



Valeurs d'image : en majeur, du divertissement, de la convivialité et de l'authenticité.





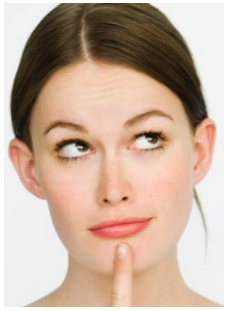
Source Media DNA 2008 – Indices vs moyenne items Fort Boyard

Une visibilité optimale pour une meilleure mémorisation

Diffusion

Après 20 heures

Mémorisation



« Vous souvenez-vous avoir vu les marques suivantes parrainer les programmes que nous venons de lister ces derniers mois ? »

Après 20 heures, sur France 2

+ 7 points en 2009

vs résultats 2008

(sur la base des exposés au – 1 fois au dispositif)

Source : TNS 5/01 AU 30/09/2009 / Séquence Média

* Publicité « commerciale » interdite après 20h00

Parrainer Fort Boyard…

→ **S'associer** à un programme **familial** qui fédère un **large public**

→ **Générer** plus de **94 millions de contacts Ménagères**

→ **Créer une connivence** avec vos consommateurs et **s'attribuer les valeurs** positives véhiculées par ce jeu : **familial et captivant**

→ **Communiquer** dans l'**unique** jeu collectif, sportif et cérébral du PAF durant l'été

→ **S'assurer** une **forte visibilité**, par une déclinaison de **l'écran TV** au **hors média** en passant par le **web**

Estimations de performances données à titre indicatif et non contractuelles.
Période : moyenne janvier –décembre 2009
Source : Médiamat - MMW

Offre de parrainage

7 primes de Fort Boyard et 150 bandes-annonces, dont 25 en prime

	GRP	Nbre de contacts	Couverture	Nbre d'individus	Répétition
4 ans et +	335	194 635 000	60%	34 860 000	5,6
Ménagères	420	94 882 200	65%	14 684 150	6,5
Ménagères avec enfants	225	14 089 500	55%	3 444 100	4,1
Ménagères 25-59 ans	300	41 697 000	60%	8 339 400	5
4-14 ans	145	11 903 050	56%	4 597 040	2,6

Offre

7 billboards de 8" en **pré** et **post-générique** de **chaque émission** et, au global, un plan de **150 bandes-annonces** (format **6''**) dont **25** en prime time.

Présence sur le site de l'émission.

Dispositif ad hoc en fonction de la programmation.

Budget pour 7 primes

Budget pour **164 présences** sur France 2 + TV5 monde + Web :
605 500 € tarif initial HT

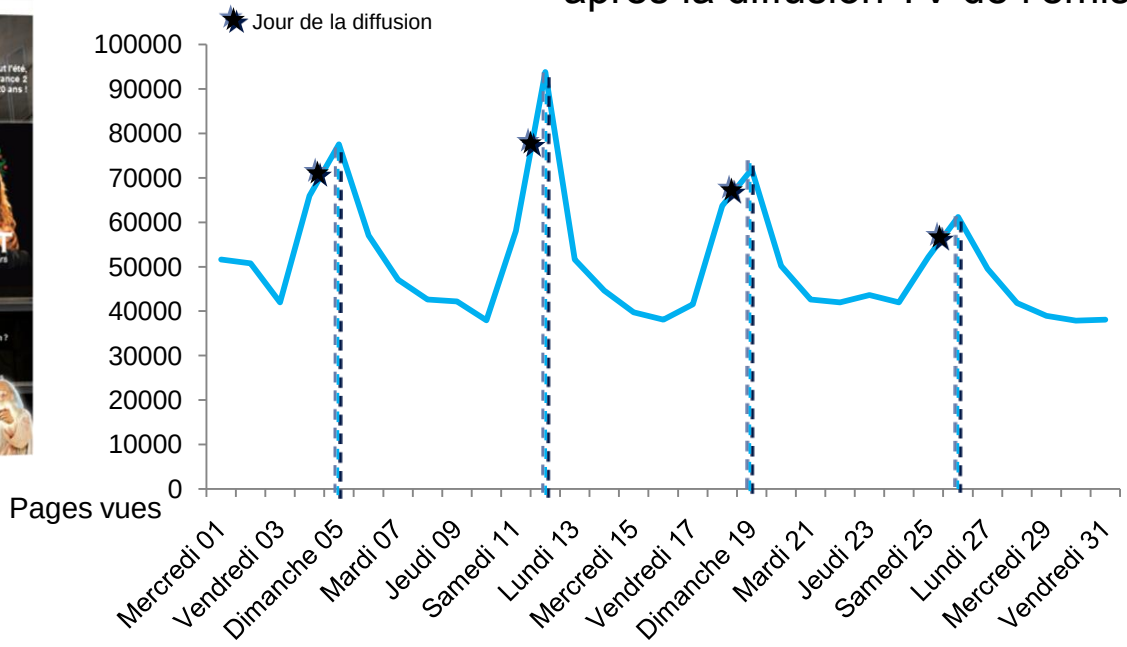
Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord des antennes, de l'éditeur et de la production - France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la chaîne thématique proposée en couplage

Estimations de performances données à titre indicatif et non contractuelles.
Période : moyenne Juillet-Août 2009
Source : Médiamat - MMW

Lancement en juin 2009 du nouveau site dédié à Fort Boyard

129 000 visiteurs uniques
Une sur-affinité sur la cible CSP+ (Indice : 222)
1,55 million de pages vues

Des pics d'audience le weekend, après la diffusion TV de l'émission



Source : estat juillet 2009
Médiamétrie Netratings, juillet 2009

francetélévisions publicité | la marque des marques

Gagnez en proximité et affinez votre ciblage

grâce à un mini-site dédié, à un jeu concours participatif, aux plateformes communautaires

Associez votre marque à Fort Boyard

en parrainant le programme à l'antenne sur France 2

Votre marque

\+

Au cœur d'une communication globale

Animez vos ventes

en organisant une OP promo aux couleurs du programme

Offrez des produits dérivés existants ou exclusifs

(Jeu Vidéo, BD, Jeu de Société...)