

TF1 LIVE

# CREATIVE SCREENS CINÉMA



# Décrets sur le cinéma en télévision

Le ministère de la Culture a publié au Journal officiel deux décrets modifiant l'exposition du cinéma en télévision, d'une part, sur la diffusion des œuvres cinématographiques et d'autre part, sur la promotion des films en salle.



Le décret met fin à l'interdiction faite aux chaînes de télévision de diffuser de la publicité pour des films sortant dans les salles de cinéma\*. Une opportunité d'orchestrer des campagnes TV innovantes pour les acteurs de l'industrie du cinéma.

\*L'ouverture de la publicité TV au cinéma est valable pour 18 mois. Un rapport d'évaluation dans un délai de 15 mois mesurera l'impact sur l'industrie cinématographique et sur les autres médias.

# Repousser les limites de la créativité pour une expérience vidéo plus innovante

Plus l'attention sera élevée, plus la mémorisation sera importante, et plus l'engagement sera fort.



## ÉMERGENCE

### Amplifier le souvenir publicitaire

Booster vos scores de  
notoriété, mémorisation  
et d'agrément



## DIFFÉRENCIATION

### Renforcer votre brand love

Travailler l'image  
et créer la préférence de  
marque autour d'un  
film



## ENGAGEMENT

### Créer un échange personnalisé avec le public

Proposer  
une expérience  
interactive et participative



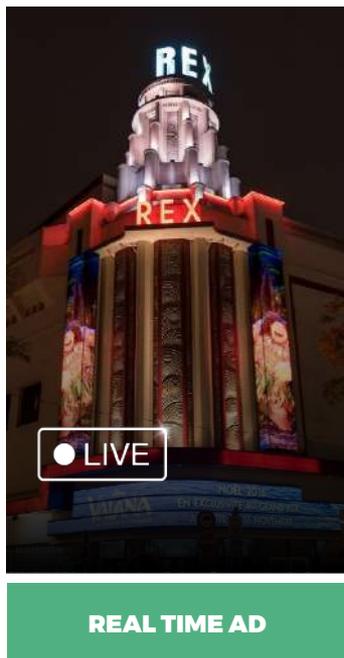
## TRANSFERT

### S'approprier un univers d'expression

Profiter de la puissance  
et l'affinité d'un contexte  
pour s'approprier ses  
valeurs

# 4 stratégies médias créatives

Nos leviers créatifs à activer pour faire rayonner les sorties en salle.



A photograph of the Rex Theatre building at dusk. The building is illuminated with red and blue lights. The word "REX" is visible in large letters on the top of the building and on the side. A large green banner is overlaid on the image with the text "Real Time Advertising". A red "LIVE" button is in the top right corner.

LIVE

Real Time  
Advertising

# Diffuser les images d'un événement en direct à la TV

## LE PRINCIPE

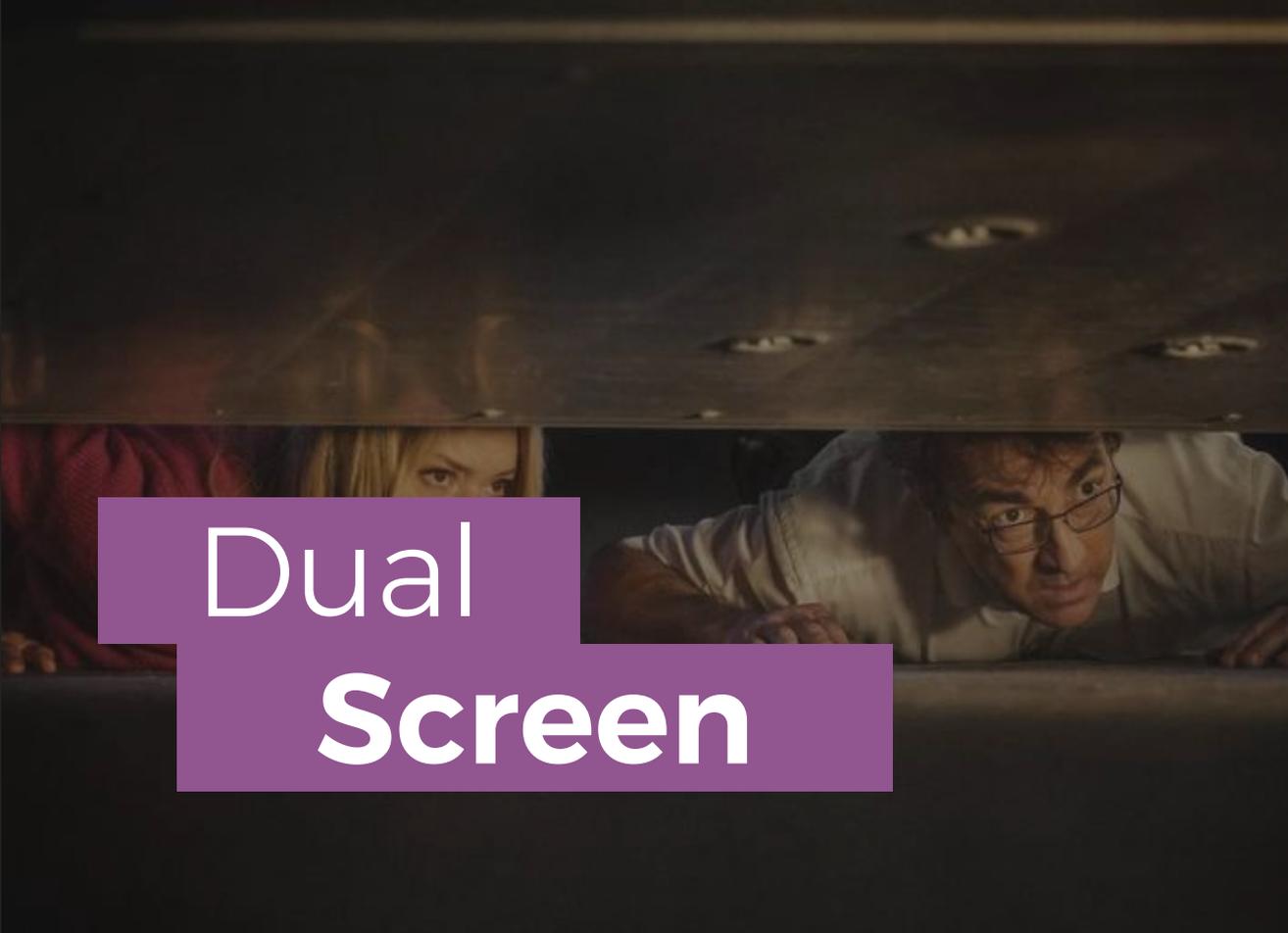
Proposez un **contenu en live** pour jouer sur l'**authenticité et la proximité** et **engager les téléspectateurs** dans cette expérience.

## LE DISPOSITIF

Christophe Beaugrand se rend à une avant-première pour interviewer les acteurs, recueillir les premières impressions des spectateurs afin de **faire rayonner cet événement promotionnel** et **annoncer la sortie du film auprès du grand public**.



Exemple : Spot en Live  
Samsung Galaxy S6 Edge+



Dual  
Screen

# ADIEU LES CONS

UN FILM DE ALBERT  
DUPONTEL

« Un film  
bouleversant »

« Une histoire drôle  
et touchante »

« Une mise en scène  
magnifique »



# Engager les téléspectateurs avec des rewards exceptionnels

## LE PRINCIPE

Faites **émerger votre film en TV** et **travailler la préférence**, avec une **expérience interactive drive to mobile innovante et engageante**, grâce au **QR Code**.

## LE DISPOSITIF

Une solution clé en main pour **enrichir votre bande-annonce** et **optimiser l'impact de votre campagne en renforçant l'engagement auprès des téléspectateurs**.

Pour le téléspectateur, l'écran est divisé en 2 :

- À gauche : diffusion de votre film au format 16/9
- À droite : intégration d'un QR Code pour faire gagner des places, des goodies, proposer un meet & greet avec les acteurs du film, etc.



Exemple : Dual Screen QR Code Deliveroo

## Enrichir votre spot avec des avis spectateurs

### LE PRINCIPE

Misez sur les recommandations des spectateurs pour donner envie au public de découvrir le film dans les salles obscures.

### LE DISPOSITIF

Une solution clé en main pour enrichir votre bande-annonce et recommander le film auprès des téléspectateurs.

Pour le téléspectateur, l'écran est divisé en 2 :

- À gauche : diffusion de votre film au format 16/9
- À droite : intégration des avis et du label « Coup de cœur téléspectateurs TFI »

Le film sélectionné par TFI est visionné en avant-première par un panel de téléspectateurs qui réagissent ensuite à la projection en remplissant un questionnaire.

Une fois la distinction obtenue, le label ainsi que des verbatims sont intégrés dans le spot.



# Enrichir votre spot avec les avis de la Presse

## LE PRINCIPE

Misez sur les avis de la Presse pour **donner envie au public** de découvrir le film dans les salles obscures.

## LE DISPOSITIF

Une solution clé en main pour **enrichir votre bande-annonce** et **recommander le film auprès des téléspectateurs**.

Pour le téléspectateur, l'écran est divisé en 2 :

- À gauche : diffusion de votre film au format 16/9
- À droite : intégration des critiques Presse

Ou

Diffusion de votre film au format 16/9 avec un habillage intégrant les critiques Presse (ex. ci-contre)



HABILLAGE INTRA SPOT

# Jouer sur les éléments visuels de votre film

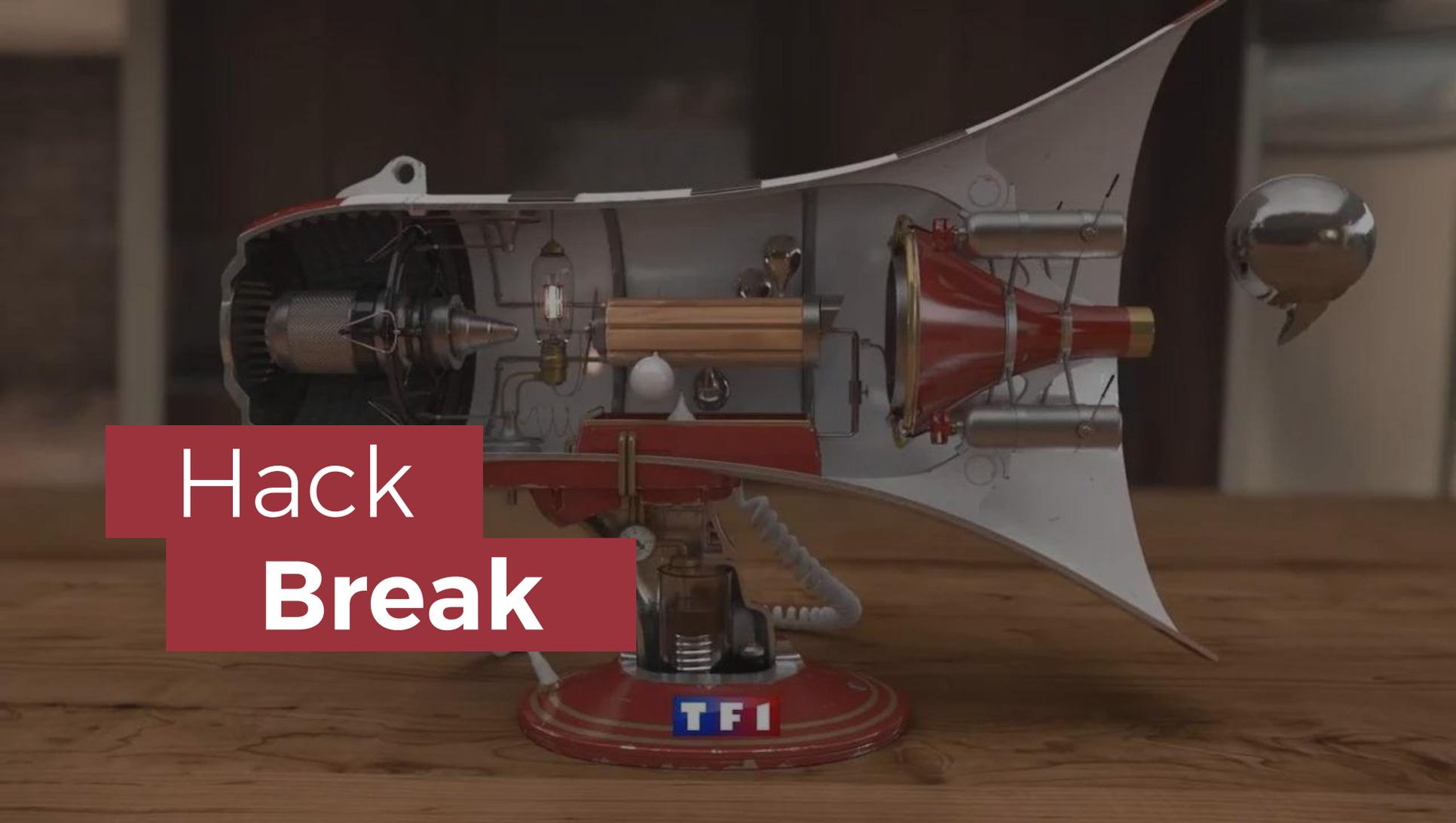
## LE PRINCIPE

Dévoilez votre bande-annonce dans un **format événementiel reprenant les codes visuels du film.**

## LE DISPOSITIF

Votre spot est accompagné d'un **habillage reprenant l'univers du film** pour **renforcer l'impact** et garantir une **meilleure mémorisation.**





Hack  
Break

TFI

## Habiller le jingle publicitaire Cinéma

### LE PRINCIPE

**Surprenez les téléspectateurs par une communication originale** qui attire **l'attention** et marque les esprits au moment de la sortie en salle de votre film.

### LE DISPOSITIF

Création d'une **séquence graphique qui lie la dernière image du jingle pub thématisé « Cinéma » à la 1<sup>ère</sup> image du spot.**

L'intégration publicitaire reprend la mécanique graphique du jingle pour plonger progressivement le téléspectateur dans l'univers du film.

L'habillage graphique couplé à la présence du spot systématiquement en 1<sup>ère</sup> position d'écran **maximise la visibilité et la mémorisation** de votre film.

+3 pts de notoriété spontanée

+3 pts d'intention de renseignement



Exemple : Habillage écran Samsung



MY COCORICO [SCREEN]

# Soutenir le lancement d'un film français

## LE PRINCIPE

Bénéficiez d'un **emplacement premium contextualisé** « **made in France** », pour dévoiler votre bande-annonce dans des **conditions d'écrans exclusifs**.

## LE DISPOSITIF

Votre spot, diffusé en première ou dernière position de l'écran, est séparé du reste de l'écran par un **jingle de 3"** thématisé « **made in France** ».

Ce **format médiaplanning premium** garanti à l'annonceur une **meilleure mémorisation** de sa campagne.

+5 pts  
d'agrément

+4 pts d'intention de  
renseignement



Exemple : My[Screen]

**Votre spot est isolé et encapsulé par 2 jingles**



Jingle Cocorico

# Capter l'attention des téléspectateurs

## LE PRINCIPE

Bénéficiez d'un **emplacement premium contextualisé** « **Chrono** » pour retenir l'attention des téléspectateurs.

## LE DISPOSITIF

Votre spot, diffusé en dernière position de l'écran, est séparé du reste de l'écran par un **jingle de 3" thématisé « Cinéma » intégrant un décompte avant la reprise du programme**.

Ce **format médiaplanning premium** garanti à l'annonceur de **se démarquer et d'émerger**.

+5 pts  
d'agrément

+4 pts d'intention de  
renseignement



Exemple : My[Screen]

Votre spot est isolé et encapsulé par 2 jingles



Jingle Chrono

## Événementialiser la sortie de votre film au cinéma

### LE PRINCIPE

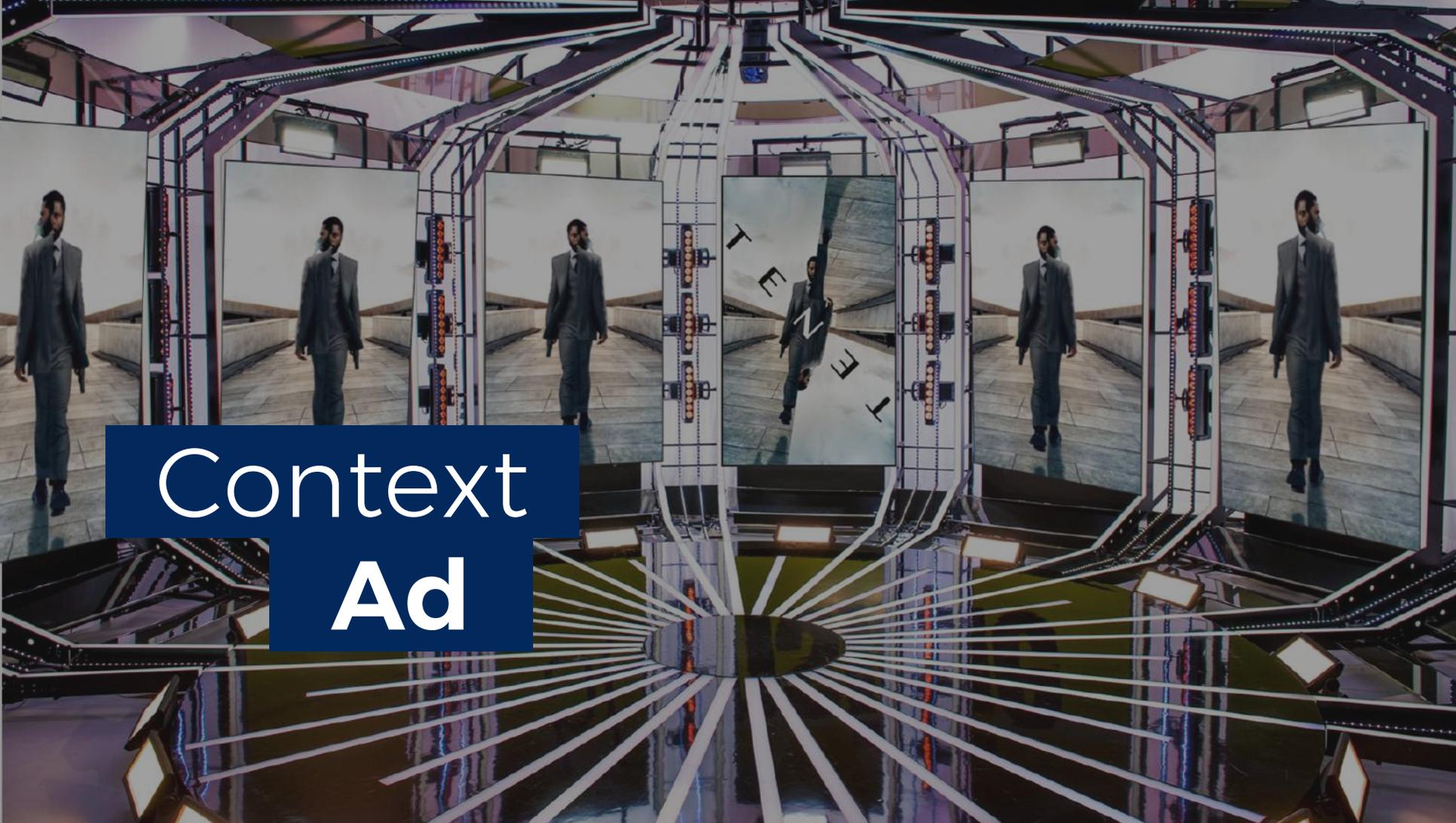
Rythmez la semaine des téléspectateurs de **LCI** et **donnez leur rendez-vous pour le jour de la sortie de votre film** en salle.

### LE DISPOSITIF

Votre spot, diffusé en dernière position de l'écran, est précédé d'un **carton de 5"** indiquant le nombre de jours restant avant la sortie du film.



Carton  
compte à rebours



# Context Ad

# Donner rendez-vous aux téléspectateurs

### LE PRINCIPE

Sur une semaine, **diffusez votre bande-annonce au sein d'un My[Screen] en EP99\***, en amont des soirées **Cinéma** sur les chaînes du Groupe.

### LE DISPOSITIF

Votre spot, séparé du reste de l'écran par un jingle de 3", est diffusé en **dernière position de l'écran précédant le film de la soirée**.

Exemples de programmation\*\* :

- Le dimanche sur TFI
- Le mardi sur TFX
- Le jeudi sur TMC et TFI SF

\*\* La programmation des soirées Cinéma est susceptible d'évoluer.

Ce médiaplanning permet de diffuser votre bande-annonce dans un **contexte affinitaire** et **d'augmenter votre reach**.

Possibilité d'ajouter :

- un teaser en début d'écran pour annoncer le film de la semaine
- des interspots reprenant des éléments graphiques du film pour événementialiser la révélation en fin d'écran



SHOWTIME

# Surprendre les téléspectateurs avec un spot contextualisé

## LE PRINCIPE

Dévoilez votre bande-annonce dans des **conditions premium et contextualisées avec nos programmes** en lançant **votre bande-annonce depuis l'un de nos plateaux**.

## LE DISPOSITIF

Production d'un **pré-spot « Showtime » de 4 à 8"**, tourné sur l'un de nos plateaux programme, et accolé à votre spot publicitaire.

*Exemple sur le plateau de 50' Inside : « Découvrez bientôt au cinéma Tenet, le dernier film de Christopher Nolan. Muni d'un seul mot - Tenet - et décidé à se battre pour sauver le monde, notre protagoniste sillonne l'univers crépusculaire de l'espionnage international. Sa mission le projettera dans une dimension qui dépasse le temps. Pourtant, il ne s'agit pas d'un voyage dans le temps, mais d'un renversement temporel... ».*

Pour renforcer l'impact de la campagne, **le spot « Showtime » est diffusé dans l'univers du programme** en TV et/ou digital.

**+20** pts de notoriété spontanée **+5** pts d'intention de renseignement



Exemple : Showtime

### Spot lancé en plateau



Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Ayant-Droit et des disponibilités planning en TV et des formats digitaux. Demandes d'EP à faire aux ouvertures des plannings.  
Sous réserve de l'exploitation de la licence programme. Maquette non contractuelle.

ADVISE BY AUFEMININ

# Contextualiser votre spot avec une marque media

## LE PRINCIPE

Faites recommander votre film et contextualisez votre message publicitaire pour **émerger et bénéficier de la caution d'un tiers de confiance**.

## LE DISPOSITIF

En partenariat avec aufeminin, nous développons un **pré-spot de 4"**, positionné en amont de votre bande-annonce, pour **renforcer l'impact de votre message**.

En parallèle, pendant 4 semaines, bénéficiez d'une **visibilité sur le site media aufeminin** avec une campagne display et/ou vidéo.



Exemple : Ad'Vise by

### Pré-spot de recommandation



TF1 LIVE

# CREATIVE SCREENS CINÉMA

